



# دیدارت نو

هفته‌نامه فرهنگی و هنری کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری  
ویژه رستا، دی ماه ۱۴۰۲



کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌ای دیداری

رئیس سازمان صدا و سیما در گفت‌وگو با دیداری نو:  
**مزایای تعامل صدا و سیما، ساترا و کانون تهیه‌کنندگان**

مهندس مقبسه، معاون سازمان صدا و سیما و رئیس تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی (ساترا) در گفت‌وگو با دیداری نو:

**تعامل ما با کانون به توسعه هر دو مجموعه کمک می‌کند**

مهدی فرجی، رئیس هیئت مدیره کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری:

**کانون می‌تواند با انتقال سیاست‌ها، دغدغه‌های سازمان را کاهش دهد**

حسین طاهری، عضو هیئت مدیره کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری:

**تهیه‌کنندگان مجرب، سرمایه و کامل‌کننده زنجیره تولید هستند**

## جشنواره رستا؛ مدرسه تعامل

تعامل در زبان عربی باب تفاعل است و برای مشارکت امری به کار می‌آید؛ در تعامل حضور و مشارکت حداقل دو نفر امری ضروری و واجب محسوب می‌شود. تعامل در هر امری می‌تواند تعالی بخش و حرکت به سمت آینده متعالی باشد؛ مهم‌ترین اتفاقی که در جشنواره و نمایشگاه سه روزه رستا به وقوع پیوست تعامل و مهم‌تر از آن آموزش تعامل بود. حضور پلتفرم‌ها، سکوها و صنوف مختلف هم چون کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری و تعامل میان این بخش‌ها قطعاً می‌تواند موجب سینرژی یا هم‌افزایی این حوزه‌ها و نهادها گردد؛ بر مبنای کارکرد هر کدام از این پلتفرم‌ها آن چه واجد اهمیت است، تولید محصول هست، که در این حوزه فیلم یا ویدئو به حساب می‌آید، فیلم یا ویدئو محصول سکوها و پلتفرم‌هاست. تولید فیلم متغیری وابسته به چند فاکتور است. فاکتور اول و مهم، تهیه‌کننده است که نقشی اساسی در تولید دارد. فاکتور بعدی، عوامل تولید است که به انتخاب تهیه‌کننده شکل می‌گیرند، از ایده، فیلم‌نامه‌نویس، کارگردان، تصویربردار، تدوین‌گر، گرافیکست و همه عوامل متأثر از انتخاب تهیه‌کننده است. این امر، نقش اساسی و با اهمیت تهیه‌کننده را نشان می‌دهد. تهیه‌کننده فردی است که یک ایده را تادیده، هم در امر محتوا و هم در امر هم‌درامور مالی رهبری می‌کند. بنابراین، انتخاب تهیه‌کننده امری، مهم و حیاتی برای تولیدکنندگان پلتفرم‌ها به حساب می‌آید. یکی از اتفاقات و رویدادهای مهم در این جشنواره و نمایشگاه حضور و آشنایی این پلتفرم‌ها با تهیه‌کنندگان که به صورت رندم در بازدید از پلتفرم‌ها وارد گفت‌وگو شدند و یا به صورت متمرکز در صنوف هم چون صنف تهیه‌کنندگان در یک جای مشخص مستقر و محل بازدید و رفت و آمد نمایندگان پلتفرم‌ها شدند؛ از این منظر شاید بتوان جشنواره رستا را به مثابه یک مدرسه تعامل افزایش میان عوامل تولید و سیاست‌گذاران و هم‌چنین، مدیران پلتفرم‌ها، سکوها و سیاست‌گذاران در ساترا دانست، اگرچه دومین سال جشنواره و نمایشگاه برگزار گردید و این امر از نوپا بودن این رویداد حکایت می‌کند؛ اما یکی از نکات برجسته در این نمایشگاه وجود تعامل و گفت‌وگو میان سه حوزه تأثیرگذار بود. از این رو، باید جشنواره رستا را در کنار مزایای دیگر یک مدرسه تعامل، دانست و برای رفع ایرادهای آن که در یادداشت بعدی به آن خواهیم پرداخت، کمک نمود.

سردبیر

۳ افتتاحیه جشنواره و نمایشگاه رستا  
حضور پیش‌گسوتان تولید در غرفه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری

۴ رئیس سازمان صدا و سیما در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
مزایای تعامل صدا و سیما، ساترا و کانون تهیه‌کنندگان

۵ دکتر پورمحمدی از مدیران پیش‌گسوت رسانه ملی در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
تفکیک کانون‌های حرفه‌ای مقتدر، اصناف را سر و سامان می‌دهد

۶ مهدی فرجی، رئیس هیئت مدیره کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری؛  
کانون می‌تواند با انتقال سیاست‌ها، دغدغه‌های سازمان را کاهش دهد

۸ حسین طاهری، عضو هیئت مدیره کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری؛  
تهیه‌کنندگان مجرب، سرمایه و کامل‌کننده زنجیره تولید هستند

۱۵ مهندس مقیسه، معاون سازمان صدا و سیما و رئیس تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی (ساترا) در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
تعامل ما با کانون به توسعه هر دو مجموعه کمک می‌کند

۱۳ رونمایی از سامانه ثبت طرح و ایده کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری در نمایشگاه ساترا

جواد هاشمی در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
کانون تهیه‌کنندگان، بهترین محل برای حمایت از تولید

۱۶ حسین فریدو، کارگردان و تهیه‌کننده پیش‌گسوت در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
امنیت طرح‌های ارائه شده، خیلی مهم است

۱۸ فرشاد صادقی، دومین مدیرعامل کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
ظرفیت کانون برای تحول در برنامه‌های پرمخاطب مهم است

۲۵ دکتر شاه‌آبادی از مدیران پیش‌گسوت رسانه ملی در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
مهم‌ترین رسالت کانون حفظ شأن شغل تهیه‌کننده است

۲۲ مدیرعامل تماشاخانه در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
پلتفرم‌ها با کانون تهیه‌کنندگان نزدیک‌تر باشند

۲۵ مهندس جعفری جلوه از مدیران پیش‌گسوت رسانه ملی در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
یک شکل صنفی عهده دار یک رابطه چند وجهی در عرصه هنر است

۲۶ سلمان محمدی، مدیرعامل موسسه نصر در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری می‌تواند در جریان سازی فرهنگی کشور پیش قدم باشد

۲۷ معاون پژوهشی دانشگاه صداوسیما در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
تهیه‌کننده، مغز متفکر برنامه است

۲۹ مشاور رویکا در تأمین محتوا در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
محتوای خوب راه خود را به نگاه مخاطب باز می‌کند

۳۵ عباس ظاهریان، مجری سیما در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری در حال تبدیل شدن به یک اتفاق مهم در عرصه فرهنگی در کشور است

۳۱ الهه رضایی، مجری پیش‌گسوت برنامه‌های کودک در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
سامانه ثبت طرح و ایده اقدام مهمی است

۳۲ محمد داوری، مجری و مستندساز در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
کانون تهیه‌کنندگان، چشمه جوشان تولیدات فرهنگی خواهد شد

۳۳ سونیا پوررامین، مجری و تهیه‌کننده در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
کانون، می‌تواند راه را برای تولید فاخر باز کند

۳۴ نیلوفر امینی فر، مجری دهه هشتاد در گفت‌وگو با دیداری نو؛  
در کانون تهیه‌کنندگان، احساس امنیت دارم

## دیدار نه ویژه رستا - دی‌ماه ۱۴۰۲

صاحب امتیاز: کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری

مدیر مسئول: مریم جلالی دهکردی

مدیر اجرایی و جانشین مدیر مسئول: امیر حسین خرمشاهی

سردبیر: حسین سبطی

دبیر تحریریه: مریم حضرتی

ویراستاری و گرافیک: ماهره کوهنورد

نشانی: تهران، خیابان حبیب‌الله، بالاتر از میدان شهید حسینی، ایستگاه نوآوری دانشگاه شریف، ساختمان شهید سلیمانی، پلاک ۵۶، طبقه سوم

تلفن: ۰۹۱۵۳۳۵۴۳۵

پست الکترونیک: didarino.magazine@gmail.com



## حضور پیش‌کسوتان تولید در غرفه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری

دهم دی ماه در اولین روز کار جشن‌واره رستا (رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر کشور) غرفه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری، میزبان رئیس صدا و سیما، جمهوری اسلامی دکتر پیمان جلی بود. در روز افتتاحیه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری شاهد حضور پیش‌کسوتان عرصه رسانه هم‌چون دکتر طهماسبی معاون پژوهشی دانشگاه، مهندس مقیسه معاونت ساترا، دکتر محمد صادق افراسیابی، معاون امور کاربران و تنظیم‌گری اجتماعی ساترا و آقای طاهری تهیه‌کننده مجموعه فاخر سلمان بود. هم‌چنین، آقایان مهندس جعفری جلوه مشاور ریاست سازمان صدا و سیما و عضو شورای اعطای مجوز و دکتر پورمحمدی معاونت اسبق سیما و از اعضای اعطای مجوز ساترا از این غرفه دیدن نمودند و بر نقش کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری در ارتقا کیفی تولیدات تاکید کردند. افتتاحیه جشن‌واره رستا شاهد رونمایی از طرح سامانه ثبت طرح و ایده کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری بود که با حضور آقای آقاجان زاده، مدیر عامل کانون و جمعی از پیش‌کسوتان عرصه تولید تلویزیونی و سینمایی و حسین طاهری عضو هیئت مدیره کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری انجام شد؛ این طرح گامی موثر در حمایت از ایده‌های نو و مبتکرانه علاقه‌مندان در این عرصه است.



رئیس سازمان صدا و سیما در گفت‌وگو با دیداری نو

## مزایای تعامل صدا و سیما، ساترا و کانون تهیه‌کنندگان

مدت دو سال است که در ایران نمایش‌گاه صنعت رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی با هدف حمایت و معرفی ظرفیت‌ها، توان‌مندی رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر و هم‌افزایی بیش‌تر در این فضا برگزار می‌شود. دومین نمایش‌گاه رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر، دهم دی‌ماه ۱۴۰۲ با حضور پیمان جبلی رئیس سازمان صدا و سیما و اصحاب رسانه در مصلاي تهران افتتاح شد. دکتر پیمان جبلی ضمن دیدار از غرفه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری با خبرنگاران این نشریه به گفت‌وگو پرداختند.

### رئیس سازمان صدا و سیما در گفت‌وگوی اختصاصی با خبرنگار نشریه دیداری نو گفت:

تولید محتوا، زمانی که تهیه‌کنندگان صدا و سیما وارد فضای تولید در خارج از سازمان می‌شوند، متفاوت است؛ زیرا آن‌ها با ضوابط سازمان صدا و سیما آشنا هستند و نسبت به افرادی که تازه می‌خواهند کار تولید را شروع کنند، هم‌کاری بهتری را با صدا و سیما دارند. اگر این تعامل بین سازمان و کانون تهیه‌کنندگان و ساترا جدی‌تر شود؛ بار سازمان نیز کاهش می‌یابد.

### رئیس سازمان صدا و سیما ادامه داد:

برای عناصر، موسسات تولیدی و فعالان عرصه تولید آن‌چه اهمیت دارد، بازار برای بازار نیست بلکه بازار برای فرهنگ است. به‌طور قطع، سود و درآمد بر منطق تولید حاکم است؛ اما آن چیزی که ما از تعامل با هم‌کاران عرصه‌های تولید در بخش خصوصی و فضای مجازی مطلع هستیم، دغدغه اصلی آن‌ها مانند صدا و سیما تولید برای ارتقاء فرهنگی کشور است.

به گزارش خبرنگار نشریه دیداری نو؛

کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری) مسلم آقا جان‌زاده تهیه‌کننده با معرفی کوتاهی از فعالیت‌های کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری و نشریه دیداری نو به حمایت‌هایی که از طریق کانون و صندوق اعتباری هنر نسبت به جوان‌ترها و حتی پیش‌کسوت‌هایی که پس از سال‌ها خدمت در تلویزیون بیمه نداشتند، اشاره کرد و افزود: اگر چه رصتا سکودار و انتشار دهنده است، اما هماهنگی بین عوامل تولید، تهیه‌کنندگان هستند. شایان ذکر است در این بازدید، قائمی‌نسب قائم مقام ساترا، سعید مقیسه رئیس ساترا، حمیدرضا نوابی دبیر نمایش‌گاه نیز حضور داشتند.



دکتر پور محمدی از مدیران پیش‌کسوت رسانه ملی در گفت‌وگو با دیداری نو

## تشکیل کانون‌های حرفه‌ای مقتدر اصناف را سر و سامان می‌دهد

روز اول دومین نمایشگاه رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر دکتر پورمحمدی از اعضای اعطای مجوز ساترا با حضور در کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری، با خبرنگاران نشریه دیداری نو گفت‌وگو کردند.

در توجه و حمایت از یکایک افراد سازمان، الان هنرمندان و هم‌کاران ما در کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری توقعات‌شان از شما و جناب دکتر جبلی بالاست. چه برنامه‌ای برای این کانون دارید تا پاک‌گیر شده و کارهای بزرگ انجام دهد؟

کانون همین حالا هم پا گرفته و افراد مهمی هم چون آقای طاهری و بقیه دوستانی که انسان‌های مهم و تأثیرگذار رسانه ملی و سینما بوده و هستند، در این جا حضور دارند. همان‌طور که اشاره کردم در حمایت از جامعه هنری که اغلب به لحاظ مالی دچار مشکل هستند باید مناعت طبع داشته باشیم و از پشتیبانی و حمایت دریغ نکنیم. این امر، قطعاً با همت دوستان کانون محقق می‌شود.

جایگاه صنوف و کانون‌هایی مانند تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری را در ارتقاء تولیدات رسانه‌های دیداری چگونه ارزیابی می‌کنید؟

وجود این کانون‌ها و تشکل‌ها و اتحادیه‌ها، اول به نفع خود این صنوف است. زمانی بود که در سازمان صدا و سیما وظیفه من و برخی مدیران مرده کشی بود و هرکس در جامعه هنری مرحوم می‌شد، کار ما فراهم کردن مقدمات دفن در قطعه هنرمندان و تدارک ایاب و ذهاب بود. امروز هم گاهی این اتفاق می‌افتد و باز هم ما با افتخار انجام می‌دهیم. وقتی کانون‌های حرفه‌ای مقتدر تشکیل شود به مشاغل سر و سامان داده می‌شود. متأسفانه امروزه بخشی از جامعه هنری بیکار هستند و مشکلات مالی زیادی دارند و از لحاظ وضع زندگی شرایط خوبی ندارند. در واقع، کانون برای سر و سامان دادن به صنف‌هایی که تعدادشان هم کم نیست، تشکیل می‌شود تا به عنوان حامی

واقعی، واسطه‌ی بین دولت و این هنرمندان باشند و کارهای مفیدی انجام دهند. البته باید از این هم قوی‌تر عمل کنند و نگاه و وسعت کاری‌شان بیش از این باشد. یعنی باید با مناعت طبع بالایی پی‌گیر مسائل باشند.

با نگاه به پیشینه عمل کرد شما



## کانون می‌تواند با انتقال سیاست‌ها، دغدغه‌های سازمان را کاهش دهد

مهدی فرجی از مدیران مجرب و پرکار رسانه محسوب می‌شود. مدیریت گروه فیلم و سریال شبکه یک، مدیریت شبکه‌های یک و دو و اکنون چند سالی است که تهیه‌کننده سریال محبوب «نون خ» و هم‌چنین رئیس هیئت مدیره کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری می‌باشد که معتقد است در کانون تهیه‌کنندگان تجربه و ظرفیت زیادی وجود دارد، افراد با سابقه و کار بلد که بعضی از آن‌ها میزان برنامه‌سازی‌شان به هزاران ساعت می‌رسد حضور دارند. طبیعتاً، تشکیل کمیته‌ای از کانون تهیه‌کنندگان می‌تواند در ساماندهی و ساختارسازی برای ارائه طرح و ایده بسیار موثر باشد و کمک شایانی به سازمان و پلتفرم‌ها انجام دهد مشروح گفت‌وگوی خبرنگار دیداری نودری می‌آید:

آقای جلی رئیس سازمان صدا و سیما با حضور در غرفه کانون به نکته مهمی اشاره کردند و آن کاهش بار تولید صدا و سیما، در نتیجه، همکاری میان ساترا، کانون و صدا و سیما است. تحلیل شما از این سخن رئیس سازمان چیست؟ این امر چگونه محقق می‌شود؟ آیا بهتر نیست یک فرآیند برای این امر طراحی و اجرا شود؟

دکتر جلی در بازدیدی که از نمایش‌گاه داشتند، اشاره داشتند که همکاری کانون تهیه‌کنندگان، سازمان صدا و سیما و ساترا می‌تواند بار تولید را تا حدودی از روی سازمان بردارد. به نظر من، این نکته بسیار درست و دقیقی است. طبیعتاً، کانون از ظرفیت‌های بالقوه‌ی بسیار زیادی برخوردار است که اگر این‌ها تبدیل به بالفعل شوند می‌توانند کمک‌های شایان توجهی به سازمان کنند. بالاخره کانون تهیه‌کنندگان هم در تعیین صلاحیت تهیه‌کنندگان جدید می‌تواند کمک‌کننده باشد و هم در معرفی ساختارها و شیوه‌های جدید تولید و برنامه‌سازی

حضور کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری در دومین جشن‌واره رصتا منبعت از چه عواملی است و مهم‌ترین دست‌آورد آن چه بود؟

حضور کانون تهیه‌کنندگان در دومین جشن‌واره رصتا دلایل زیادی داشت از جمله آن که، در این جشن‌واره همه‌ی پلتفرم‌ها و سکوها مربوط به نمایش خانگی و فضای مجازی حضور دارند و کانون تهیه‌کنندگان هم که یک کانون نوپا است، تلاش می‌کند خود و قابلیت‌هایش را به همه‌ی سکوها معرفی کند تا بتواند همکاری‌های جدی‌تر و گسترده‌تری با این بخش مهم فرهنگی کشور داشته باشد و به اعتقاد من، مهم‌ترین دست‌آورد این نمایش‌گاه، پیدا کردن ارتباط جدی‌تر با این سکوها و مسئولان و مدیران فرهنگی کشور اعم از سازمان صداوسیما، وزارت ارشاد، حوزه هنری و دیگر مدیران بخش فرهنگ و هنر تا حدود زیادی با فعالیت‌های کانون آشنا شدند که این می‌تواند در آینده جدی‌تر شود و دست‌آوردهای بیش‌تری را به دنبال داشته باشد.

و مدل‌های موفق به سازمان و ساترا کمک کننده است به اعتقاد من کانون حتی در مواجهه با پلتفرم‌ها و سکوها می‌تواند تا حدود زیادی پیش‌گام نظرات سازمان صدا و سیما باشد و کانون می‌تواند با انتقال سیاست‌ها، نظرات و اولویت‌های سازمان و ساترا به پلتفرم‌ها دغدغه‌های سازمان را کاهش دهد.

### برای دسترسی و معرفی به سرمایه‌گذار وجود دارد؟

به اعتقاد من، راه‌اندازی سامانه ثبت طرح و ایده، یکی از ابتکارهای خوب کانون بود. البته در کشور بعضی اصناف سامانه دارند، مثلاً در خانه سینما سامانه ثبت فیلم‌نامه و بانک فیلم‌نامه وجود دارد؛ اما کانون تهیه‌کنندگان به اعتبار این که دسترسی بسیار زیبا به سازمان صدا و سیما و پلتفرم‌ها دارد می‌تواند علاوه بر ثبت ایده آن‌ها را ارائه هم بدهد و در واقع شکلی از تولید به مصرف داشته باشد و تولیدکنندگان ایده و فکر را به تولیدکنندگان برنامه، سریال و فیلم نزدیک کند. این سامانه می‌تواند به‌گونه‌ای، عمل کند که برنامه‌سازان همه چیز را از صفر شروع نکنند و با مراجعه به این بانک اطلاعاتی به ایده‌هایی دسترسی پیدا کنند که قابلیت ساخت و تولید را دارد و راه اول را رفته و این روند می‌تواند از لحاظ سرعت بسیار به برنامه‌سازان کمک کند و آن‌ها را جلو ببرد.

### تحلیل شما از این نمایش‌گاه و جشن‌واره چه بوده و مهم‌ترین دست‌آورد آن را چه می‌دانید؟

نمایش‌گاه رستا از اتفاقات مهم فرهنگی کشور است و سال به سال هم باید گسترش پیدا کند و به اعتقاد من، این نمایش‌گاه می‌تواند در مواجهه و تعامل مستقیم مصرف‌کنندگان، این پلتفرم‌ها، برنامه‌سازان و تولیدکنندگان کمک کند تا هر دو طرف از هم شناخت بیشتری پیدا کنند؛ به ویژه برای پلتفرم‌ها که سلاخی مخاطب را بیش‌تر به دست بیاورند. فکر می‌کنم این نمایش‌گاه می‌تواند کامل‌تر برگزار شود و رک‌شاپ‌های جدی‌تری را داشته باشد و جلساتی بین مخاطبان، مردم، فیلم‌سازان برگزار شود تا سلاخی بیش‌تر به هم نزدیک گردد.

**شما به عنوان یک تهیه‌کننده سریال برنند و محبوب، امروز روزهای پرکاری را در فاز تولید می‌گذرانید. آیا فکر نمی‌کنید تداوم و یا افزایش زمان بازدید این نمایش‌گاه برای افرادی که فرصت بازدید نداشتند و در مرحله تولید بودند، از ضروریات به شمار می‌رود؟**

به اعتقاد من، افزایش زمان نمایش‌گاه آن هم یک نمایش‌گاه نوپا و جدید با این مأموریت بسیار مهم که در آن اقدامات و فعالیت‌های پلتفرم‌ها و همچنین فعالیت دست‌آورد‌های ساترا معرفی می‌شود و با توجه به این که امروزه پلتفرم‌های نمایش خانگی نقش مهمی در تولیدات هنری کشور دارند، ارزش این را داشت که این نمایش‌گاه دو روز دیگر تمدید می‌شد. به هر حال، همه‌ی نمایش‌گاه‌ها یک دوره دو یا سه روزه دارند، اگر امکان افزایش داشت، می‌توانست تأثیر بیش‌تری داشته باشد.

### کانون چه قدر می‌تواند خدماتی هم چون طرح و ایده به پلتفرم‌ها ارائه دهد؟ آیا ساز و کاری برای آن تهیه شده است؟

کانون تا حدود زیادی در ارائه طرح و ایده به پلتفرم‌های نمایش خانگی و حتی سازمان صدا و سیما و بخش‌های فیلم و سریال و مستند و برنامه‌های ترکیبی می‌تواند کمک کند، زیرا عمدتاً طرح‌هایی که ساخته می‌شود از طریق تهیه‌کنندگان است که به این مراکز ارائه می‌شود. در کانون هم تجربه و هم ظرفیت زیادی وجود دارد افراد با سابقه و کار بلد که بعضی از آن‌ها میزان برنامه‌سازی‌شان به هزاران ساعت می‌رسد، حضور دارند. طبیعتاً، تشکیل کمیته‌ای از کانون تهیه‌کنندگان می‌تواند در ساماندهی و ساختارسازی برای ارائه طرح و ایده بسیار موثر باشد و کمک شایانی به سازمان و پلتفرم‌ها کند.

**یکی از کارهایی که در غرفه کانون شکل گرفت، راه‌اندازی سامانه ثبت طرح و ایده بود. این امر، چه قدر اهمیت دارد؟ از لحاظ حقوقی چه مکانیزمی**

## تهیه‌کنندگان مجرب، سرمایه و کامل کننده زنجیره تولید هستند



حسین طاهری از مدیران با سابقه تلویزیون و تهیه‌کننده بزرگ‌ترین پروژه تاریخ تلویزیون محسوب می‌شود. با ایشان که حضوری فعال در جریان جشن‌واره رستا داشتند به عنوان عضو هیئت مدیره کانون تهیه‌کنندگان به گفت‌وگو نشستیم:

**رسالت و مأموریت کانون رسانه‌های دیداری چیست و چشم‌انداز آن را در تعامل با ساترا و صدا و سیما چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

شاید کانون معرفی و جا انداختن تهیه‌کنندگان حرفه‌ای همان‌طور که در تعریف جهانی هم هست یعنی یک ورژن درست تهیه‌کنندگان مختلف رسانه‌های سمعی و بصری که با مدل‌های جدید در دنیا در حال شکل‌گیری است و طبیعتاً کانون باید هم به تلویزیون و ساترا و هم سایر مجموعه‌ها که تولید کننده هستند معرفی شود، تا از این توان و پتانسیل به خوبی استفاده شود. موفقیت این‌ها بدون حضور تهیه‌کنندگان توانمند و ارسته امکان پذیر نیست، مخصوصاً که کانون محل و مجمع صنفی است.

**همان‌طور که مستحضرید آقای جبل‌رئیس سازمان صدا و سیما با حضور در غرفه کانون به نکته مهمی اشاره کردند و آن کاهش بار تولید صدا و سیما در نتیجه همکاری میان ساترا، کانون و سیما است. تحلیل شما از این سخن رئیس سازمان چیست؟ این امر چگونه محقق می‌شود؟ آیا بهتر نیست یک فرآیند برای این امر طراحی و اجرا شود؟**

اندیشه و نگاه درستی است و با تجربه‌هایی که خود

شما به عنوان مدیر و تهیه‌کننده با سابقه تلویزیون دومین جشن‌واره رستا را از جهت شکل و محتوا چگونه ارزیابی می‌کنید؟

شاید الان ارزیابی زود باشد اما در مسیر درست با آغازی خوب، قرار گرفته است و نیازمند تکمیل از هر جهت است.

**حضور غرفه کانون با چه هدفی صورت گرفت؟ آیا این هدف محقق شد؟**

برای این‌که ببینیم اهداف کانون در جشن‌واره محقق شده است یا خیر، باید ارزیابی کنیم اما اگر نگاه، نگاه بلندمدت باشد، طبیعتاً، ضرورت حضور کانون برای معرفی توان‌مندی نیروهای پرسابقه تهیه‌کنندگان تلویزیون و دیگر رسانه‌های دیداری از جمله تهیه‌کنندگان تلویزیونی که در سینما هم کار کردند و مجموعه‌هایی که به دنبال جای پا در مخاطبان آینده، در تولید محتوای درست و جدی هستند حتماً باید ادامه پیدا کند و گسترده‌تر انجام شود. به عبارتی، پلتفرم‌ها و مجموعه‌های تولید کننده‌ی محتوا در ایران باید بدانند یکی از سکوهای بزرگ حرفه‌ای‌شان مجموعه تهیه‌کنندگان با سابقه‌ای است که تلاطم، بحران و تجارب فراوان را رد کرده‌اند و به عنوان سرمایه‌هایی هستند که می‌توانند این زنجیره را کامل کنند.





سال‌های بعد خود کانون برنامه‌های مفصل‌تری داشته باشد و از فضای رسانه استفاده بیش‌تری ببرد.

### راه‌کارهای هم‌کاری کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری با پلتفرم‌ها را بفرمایید؟

باید: ۱- نگاه راهبردی و برنامه‌ای برای معرفی خود داشته باشد ۲- با پلتفرم‌های درجه یک، نشست‌های مشترکی در جهت ارائه کانون داشته باشند ۳- تعامل با ساترا را به جهت معرفی و الزاماتی که برای پلتفرم‌ها (ضرورت استاندارد بهتر) وجود دارد، بیش‌تر انجام دهند. چه بسا، مسیری را که ما در کانون خرد خرد شروع کردیم، راه‌گشای درستی باشد تا پلتفرم‌ها کانون را بهتر بشناسند و با علاقه‌مندی از مشاوره و توان‌مندی کانون استفاده کنند.

### تاکنون کانون چه میزان از حقوق و جایگاه تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری دفاع کرده است؟

به نظرم، کانون مسیر درستی را با اخلاص شروع کرده و همه ما باید با نگاه وسیع و فرامنطقه‌ای، کانون را در بیرون و داخل معرفی کنیم. در ادامه، کانون را به مجموعه‌های داخلی و بازارهایی که می‌توانند از توان‌مندی کانون بهره بگیرند، معرفی کنیم. برنامه‌های گوناگونی که در اساس‌نامه کانون و در برنامه‌های سالانه کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت کانون قوام پیدا کند، بزرگ‌ترین موفقیت برای کانون است.

آقای دکتر جبلی دارند، می‌دانند که برون‌سپاری بسیاری از این مجموعه‌ها به یک صنف و سندیکای معتمد، اگر که بیش‌تر از مجموعه‌ها دلسوز کشور نباشند، کم‌تر نیستند و تجربه‌های فراوانی که در این پنج دهه در کشور وجود داشته، تهیه‌کنندگان توانستند در جای‌گاه خودشان بهترین شکل و درجات رسالت‌شان را انجام دهند. این دیگری نیست و نمی‌توانند از بازاری بخرند و باید سراغ این تجارب ارزش‌مند برون‌د، تحقق آن به تلاش کانون بستگی دارد. کانون باید خود را معرفی کند و با یک مشی با عزت به معرفی خود، نیروها و توان‌مندی‌ها بپردازد. طبیعتاً، وقتی ساترا و تلویزیون، این قامت بلند را ببینند، عاقلانه است که از آن استفاده کنند.

### شما در سه روز نمایش‌گاه فعالانه حضور داشتید؛ بازخورد کانون در بین مدیران پیش‌کسوت چگونه بود؟

ارزیابی باید از بیرون انجام شود و من چون در کانون هستم معمولاً عادت به تعریف ندارم. نگاه ما، باید نگاه بلندمدت باشد. در کوتاه‌مدت هم به حدی اثرگذار بود که شاید بیش از پیش‌بینی دوستان باشد، اما نگاه ما بلندمدت است.

### از نظر شما مکان و زمان نمایش‌گاه مناسب بود؟ چه پیشنهادهایی دارید؟

روی زمان و مکان خیلی تمرکز ندارم، اما باید برگزار شود چه بسا این فرصت بدون جار و جنجال‌های مناسبی کشور در یک آرامش زمانی برگزار شد زمان مناسبی بود و چون یک نمایش‌گاه تخصصی بود. هر فصل و زمان برای عامه مردم نیست و برای گروه‌های تخصصی است. امیدواریم



مهندس مقیسه، معاون سازمان صدا و سیما و رئیس تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی (ساترا) در گفت‌وگو با دیداری نو:

## تعامل ما با کانون به توسعه هر دو مجموعه کمک می‌کند

مهندس مقیسه، از مدیران پیش‌کسوت و پرکار سازمان صدا و سیما محسوب می‌شود. حضور ایشان در چند سال اخیر در معاونت ساترا سبب تغییرات و تحولاتی در حوزه تنظیم‌گری شده است. توجه ایشان به فرصت‌ها و تهدیدهای تنظیم‌گری شبکه نمایش خانگی موجب تعالی این حوزه نو و اثرگذار شده است. از مهم‌ترین رویدادهای زمان مدیریت ایشان برگزاری دو دوره نمایش‌گاه و یک دوره جشنواره رستا است، با ایشان پیرامون این رویداد مهم به گفت‌وگو نشستیم:

بازاریابی، بازاریسازی و عرضه اقتصادی تولیدات به نفع تولیدکنندگان و مشاغل مرتبط با نمایش خانگی.

### به نظر جناب عالی چه قدر سیاست‌گذاری در حوزه تنظیم مقررات، می‌تواند تحت تأثیر متغیری به نام نمایش‌گاه باشد؟

تنظیم‌گری تنها تدوین مقررات نیست، بلکه راه‌بری یک زیست بوم است به نحوی که اجرای مقررات بیش‌ترین منفعت را برای صحنه گردانان و استفاده‌کنندگان آن زیست بوم داشته باشد. لذا اهدافی که در سوال یک بیان شد همه جزو وظایف تنظیم‌گری است. البته یکی از مهم‌ترین ابعاد تنظیم‌گری نیز، تدوین مقررات است که در این نمایش‌گاه و کارگروه‌های جانبی آن فرصت مغتنمی برای بررسی کمبودهای مقرراتی یا بازنگری‌های

### فلسفه تشکیل جشنواره و نمایش‌گاه رستا چه بود و چه درصدی از آن در عمل محقق شد؟

از جمله اهداف تشکیل نمایش‌گاه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: ایجاد هم‌گرایی، انتقال تجربه، فضای رقابت و هم‌افزایی بین فعالین رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر، برقراری امکان ارتباط مستقیم کاربران و مخاطبین با مسئولین رسانه‌ها و دریافت شکایات و انتقادات و پیشنهادها، ایجاد فرصتی برای جلب حمایت‌های مادی و معنوی از رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر، ایجاد تعامل بین نخبگان این حوزه، ساترا و رسانه‌ها، شناسایی ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل فعالین زنجیره ارزش آفرینی رسانه‌ها، اطلاع‌رسانی از آخرین دست‌آوردهای حوزه رسانه، تبیین و تنویر افکار عمومی نسبت به حقوق کاربران و خانواده‌ها،

مورد نیاز ایجاد شد.

## شورای داوری جشنواره اخیر از منظر معرفی و دانشی در رسانه‌های دیداری و شنیداری در چه سطحی بودند و با چه معیارهایی انتخاب شدند؟

اولین جشنواره و دومین نمایشگاه رستا با اهدافی هم‌چون؛ ارج نهادن به تلاش فعالان و نقش‌آفرینان خدمات حوزه فن‌آوری تولید و انتشار صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و ایجاد انگیزه برای استمرار فعالیت‌ها، فراهم آوردن زمینه پویایی و نشاط رسانه‌ای، افزایش رقابت مؤثر و سازنده در تعالی و توسعه محتوایی و فنی به خصوص امکان انتشار محتواهای سالم، احیاء ارتباط سازنده و متعامل میان کاربران با رسانه‌ها و هم‌چنین بهبود شاخص‌های فن‌آوری در ارائه خدمات بهتر به کاربران صورت گرفت.

اولین جشنواره رستا در حوزه فن‌آوری با دو محور ۱- بهترین رسانه دارای جامعیت خدمات فنی شامل تنوع، امنیت و ۲- تعامل با مخاطب و بهترین سکوی دارای کنترل والدینی و رده بندی سنی، رصد رسانه‌ها، از آبان ماه سال ۱۴۰۱ و به‌طور عملیاتی از اولین نمایشگاه رستا در ۱۴۰۱ طی دو دوره فراخوان پرسش‌نامه فن‌آوری شروع به کار کرد و داوران فنی این جشنواره با تقدیر از نقش‌آفرینان این صنعت، ضمن رعایت دقت، انصاف و عدالت، هدف را نه رتبه بندی و رقابت صرف، بلکه آگاهی بخشی و تشویق به ایجاد خدمات شایسته

فن‌آورانه برای کاربر رسانه قرار دادند.

باید اعتراف کرد که اسامی رسانه‌هایی که امروز می‌توان از آن‌ها تقدیر نمود، لیست بلند بالایی است و تفاوت در جزئیات موجب انتخاب برترین‌ها شده است و دور نخواهد بود که جاماندگان نیز برتری خود را با تقویت و بهبود سکو به کاربران اثبات کنند. امید است این ارزیابی گامی هر چند کوچک در ارتقاء صنعت رسانه فراگیر و ارتباط تنگاتنگ و بیش‌تر با سایر صنوف به بهانه جشنواره ایجاد کند.

لازم به ذکر است در اولین جشنواره رستا، ۴۳۰ رسانه دارای مجوز از ساترا مورد ارزیابی قرار گرفتند که در مرحله اول، ۲۰۸ رسانه و در مرحله دوم ۲۶ رسانه به دور بعد راه یافتند و در مرحله نهایی ارزیابی در کمیته ۶ نفره داوران، رتبه‌های یک تا ۳ به همراه دو رسانه شایسته تقدیر از هر بخش انتخاب شدند.

امید است با تداوم روند پیشرفت فن‌آورانه رسانه‌ها و برگزاری جشنواره و نمایشگاه رستا، آینده‌ای بسیار درخشان و روشن در پیش روی صنعت رسانه فراگیر قرار گیرد.

## ساترا چه قدر در این نمایشگاه توانسته ذائقه مخاطب را و یا بازخورد اقدامات خود را احصا کند؟

احصاء ذائقه مخاطب از طریق نظر سنجی‌ها و نیز سامانه‌های مربوطه مانند سامانه ساپرا انجام می‌شود و جزو اهداف و کارکردهای نمایشگاه نیست.

تنظیم‌گری تنها تدوین مقررات نیست، بلکه راه‌بری یک زیست بوم است به نحوی که اجرای مقررات بیش‌ترین منفعت را برای صحنه‌گردانان و استفاده‌کنندگان آن زیست بوم داشته باشد



مجازی، برگزاری تالار هوش مصنوعی و آشنایی عموم بازدیدکنندگان با نرم افزارهای نوظهور در این زمینه و کاربردهای آن در سکوی نمایش خانگی.

### آیا به نمایش گاه بین المللی و منطقه ای توسعه آن فکر می کنید؟ در این صورت چه اقداماتی انجام داده اید؟

امسال هم اطلاعات سکوی نمایش خانگی در کشورهای دیگر و نهادهای مربوطه به آن ها عرضه شد، اما امیدوارم در سال آینده شاهد حضور غرفه های ارائه خدمات شرکت های خارجی به فعالان صنعت رسانه ای و مردم باشیم.

### گرفه کانون تهیه کنندگان شاهد حضور پر رفت و آمد تهیه کنندگان نخبه و پیش کسوت، هم چنین مدیران ارشد حوزه رسانه های دیداری بود شما این ظرفیت را برای مجموعه ساترا چه قدر مهم ارزیابی می کنید؟

هم کاری و تعامل ما با کانون تهیه کنندگان رسانه های دیداری و شنیداری به توسعه و ارتقاء هر دو مجموعه کمک می کند و باید روز به روز محکم تر و گسترده تر شود. البته این هم کاری خارج از نمایش گاه شروع شده و ادامه خواهد داشت. حضور پرشور و فعال دوستان کانون باعث رونق جشنواره بود و یکی از اهداف جشنواره که تعامل با پیش کسوتان عرصه رسانه و بهره مندی از تجربیات ایشان و هم افزایی دست اندرکاران این زیست بوم بود را محقق نمود و لازم است از هم کاری ایشان تشکر کنم.

### آیا تصور نمی کنید مولفه های دیگری غیر از «خدمات فنی» و «سلامت محتوا» می تواند در گزینش آثار در داوری های بعدی مورد توجه قرار بگیرد؟

بله. در هر سال تعدادی از محورها در جشنواره ثابت خواهند ماند و تعدادی محور جدید مطرح می شود و به مرور به ابعاد مختلف و مورد توجه زیست بوم نمایش خانگی پرداخته خواهد شد.

### به نظر شما چشم انداز این جشنواره چگونه خواهد بود؟ با توجه به این که هر سال استقبال بیش تر صورت می گیرد تغییرات هم در حوزه تکنولوژی داریم مثل ورود هوش مصنوعی، شما آینده را چگونه ارزیابی می کنید؟

امیدوارم در سال های آینده شاهد برگزاری رصتا در سطح جامع ترین و مهم ترین رویداد رسانه های صوت و تصویر کشور باشیم.

### مهم ترین دست آوردهای نمایش گاه و جشنواره را به تفکیک بفرمایید؟

دست آوردهای نمایش گاه همان اهدافی است که در سوال اشاره شد اما چند رویداد جانبی مهم نیز انجام شد از جمله: راه اندازی مرکز خدمات رسانه در ساترا، تفاهم نامه ساترا با معاونت فضای مجازی سازمان برای ایجاد صفحه اختصاصی ساترا در تلویزیون به عنوان بزرگ ترین سکوی انتشار محتوای کشور در فضای

باید اعتراف کرد که اسامی رسانه هایی که امروز می توان از آن ها تقدیر نمود، لیست بلند بالایی است و تفاوت در جزئیات موجب انتخاب برترین ها شده است و دور نخواهد بود که جامندگان نیز برتری خود را با تقویت و بهبود سکو به کاربران اثبات کنند. امید است این ارزیابی گامی هر چند کوچک در ارتقاء صنعت رسانه فراگیر و ارتباط تنگاتنگ و بیش تر با سایر صنوف به بهانه جشنواره ایجاد کند



## رونمایی از سامانه ثبت طرح و ایده کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری در نمایشگاه ساترا



می‌تواند بهره‌مند شود. طراح متعهد خواهد بود به هنگام ارائه طرح به هر کارفرمایی کد دریافتی را بر جلد طرح و در محلی قابل رویت قید نماید. کاربر بعد از ورود برای ثبت ملزم به ایجاد پروفایل برای خود خواهد بود که شامل موارد متعدد جهت ثبت و قابل راستی‌آزمایی باشد.

امیر یوسفی دبیر کمیته طرح و برنامه، علیرضا اسکندری، حسین برزگر، حامد جوادزاده، میلاد حق پرست، محمد خدادی، مهدی خلجی، رضا خوشدل راد، احمد زالی، فرشید شکیبافر، حسین فردرو، مجید قناد، سیدامیرحسین هاشمی، فرزاد هوشیار و گیتی محمود اعضای کمیته طرح و برنامه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری هستند. رونمایی از این سامانه با حضور مهندس سعید مقیسه رئیس ساترا و معاون رئیس صداوسیما، دکتر محمدصادق افراسیابی معاون تنظیم‌گری ساترا، حسین طاهری عضو هیات مدیره کانون، مسلم آقاچان زاده مدیرعامل کانون تهیه‌کنندگان و امیر یوسفی دبیر کمیته طرح و ایده کانون انجام شد.

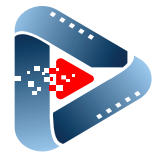
در افتتاحیه دومین نمایشگاه رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در محل غرفه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری از طرح مهم سامانه ثبت طرح و ایده که به همت این کانون برنامه‌ریزی شده است، رونمایی شد.

این سامانه در راستای صیانت از ایده‌های نو، خلاق و بکر و در جهت حمایت از طراحان و ایده‌پردازان جوان و پیش‌کسوت با دو رویکرد ثبت ایده و عرضه ایده با نام خود طراح، پیش‌بینی شده است.

در رویکرد اول، ایجاد بستر امن و مطمئن برای ثبت ایده و طرح در ساختارهای گوناگون آثار دیداری در مرحله پیش‌ارائه برای طراحان و طراح برنامه‌ریزی شده است به همین جهت، کد ده رقمی که طراح هنگام ثبت حقوقی اثرش دریافت می‌کند به او در بانک طرح‌های کانون فضایی امن را اختصاص می‌دهد.

در رویکرد دوم، در صورت بروز هر رخدادی که موجب تضییع حق طراح، استفاده غیرمجاز از کلیت طرح و یا برداشت غیراخلاقی و بی‌اجازه از طرح اولیه با تشابه حداقل ده‌گانه با طرح ثبتی اتفاق بیفتد ایده‌پرداز

# رونمایی از سامانه ثبت طرح و ایده کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری در نمایشگاه ساترا سال ۱۴۰۲



کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری



## کانون تهیه‌کنندگان، بهترین محل برای حمایت از تولید



این روزها فرصتی است برای تعامل و دیدار با پیش‌کسوتان عرصه تولید در سینما و تلویزیون در غرفه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری، یکی از این پیش‌کسوتان جوادهاشمی بازیگر، کارگردان و تهیه‌کننده سینما و تلویزیون است با او در جریان بازدیدش به گفت‌وگو نشستیم:

### نظر شما درباره کیفیت برگزاری و دست‌آورد نمایش‌گاه رستا چیست؟

خروجی نمایش‌گاه مهم است. آن‌چه که من الان می‌بینم ویتترین بسیار مناسبی است. همه‌ی پلتفرم‌ها تلاش کردند غرفه داشته باشند و سعی می‌کنند خودی نشان دهند، اما من برای پلتفرم‌هایی لابه لای سایه سنگین پلتفرم‌های پول‌دار، دچار ضعف و ناتوانی هستم، ناراحتم. این مسئله باید اصلاح شود، یعنی ما باید قانون عدالت محور برای ادامه‌ی حیات آن‌ها داشته باشیم یا این‌که منتظر حذف تدریجی آن‌ها به دلیل ورشکستگی باشیم. به همین دلیل، توقع می‌رود نمایش‌گاه شرایطی را به وجود بیاورد که این پلتفرم‌ها دیده شوند. من نام بسیاری از این پلتفرم‌ها را اصلاً نشنیدم و به این معنی است که این پلتفرم‌ها از بُعد تبلیغی دچار مشکل بوده‌اند. این نمایش‌گاه حداقل می‌تواند این نقصان را حل کند.

### جایگاه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری در ارتقا سطح تولید در کشور را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

به نظر من، وظیفه کانون‌ها تجمع نیروی انسانی، تجمع سرمایه و تجمیع همه‌ی اتفاقات خوب در عرصه تولید است. وقتی نام تهیه‌کنندگان در کانون ثبت می‌شود. یعنی قرار است تولید اتفاق بیفتد و این بسیار خوب است. به اعتقاد من، اگر در مقام حرف نباشد و فعالیت آن تداوم داشته باشد، می‌تواند تولیدات بسیار خوب نه به صورت مستقیم منظور حمایت از تولید، کارشناسی، اتاق فکر و رهنمود کردن است، داشته باشیم و این اقدام می‌تواند هم تلاش برای تولید در جامعه را بیش‌تر کند و هم برای تولیدکننده‌ها انگیزه ایجاد کند مخصوصاً برای اهالی سرمایه، افرادی که قرار است با عشق، سرمایه خود را خرج کنند؛ زیرا کارهایی از این جنس باید عاشقانه اتفاق بیفتد.

### درخواست شما از صنفی هم‌چون کانون تهیه‌کنندگان چیست؟

من از کانون تهیه‌کنندگان می‌خواهم که برای فضای خصوصی مشتاق تولید در حوزه‌ی سینما، تلویزیون و پلتفرم‌ها، انگیزه و تسهیل ایجاد کند تا وارد شوند و هزینه کنند؛ اما ما بتوانیم تماشاگر را داشته و برگشته سرمایه را نیز رقم بزنیم و بهترین محل برای نیل به این هدف کانون تهیه‌کنندگان است.





حسین فردرو، کارگردان و تهیه‌کننده پیش‌کسوت در گفت‌وگو با دیداری نو

## امنیت طرح‌های ارائه شده، خیلی مهم است

در اولین روز از برگزاری نمایش‌گاه صوت و تصویر فراگیر حسین فردرو، پیش‌کسوت مسابقه‌های تلویزیونی و تهیه‌کننده ارشد تلویزیون یکی از بازدیدکنندگان نمایش‌گاه بود که با حضور در غرفه تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری در گفت‌وگو با خبرنگار نشریه دیداری به سوالاتی درباره اهمیت ایده و ثبت و حراست از آن در تولید و مطالب پیرامون آن پاسخ داد:

### محورایده سامانه چیست و چطور به متولد شد ؟

تصور غالب در کشور ما این است که ایده‌شان دزدیده شده، هر چند خودشان از ایده‌های خارجی استفاده و شبیه‌سازی می‌کنند. برای ورود به چنین محیطی و گوش دادن به طرح کسی، باید دل‌شیر داشت و برای بسیاری از مشکلات آماده بود. در حال حاضر، من منتظرم آقای یوسفی طرح‌شان را در شرایطی ارائه دهند که آسیب‌پذیری آن برای مسببینش کم شود. البته تا امروز طرحی ارائه نشده که تصویب شود. اما می‌دانیم هر طرحی در هر شرایطی با توجه به نیازی به مکان خاص‌اش ارجاع می‌شود و هدف از تشکیل چنین محیطی این است که طرح‌ها حفظ شود و در واقع یک آرشیو منسجم و قوی به وجود بیاید تا دزدیده نشود اما باید از آن طوری صیانت کنیم که خودمان هم زیر سوال نرویم. البته امیدوارم کارگروه طرح و برنامه کانون بتوانند سازوکاری را به وجود بیاورند که وقتی یک نفر طرحی را به صدا و سیما ارائه می‌دهد، اصالتش حفظ شود و مورد سوءاستفاده قرار نگیرد و لازمه‌ی این کار این است که عوامل هم امین باشند و امنیت بالایی در فرآیند ثبت حاکم باشد. ما در این زمینه تجربه چندانی نداریم و محیط‌های خاص هم شناخت خود را می‌طلبند. وزارت ارشاد فقط رسید طرح را امضا می‌کند و با

یک سری قوانین نیمه‌مصوب و عرفی طرح بررسی می‌شود. لذا احتیاج به هماهنگی و هم‌فکری‌های بسیاری دارد که باید خیلی حساب شده به آن ورود کنیم تا دوستانی که طرحی ارائه می‌دهند خیال‌شان راحت باشد که اگر تصویب نشد، به نام خودشان ثبت و ضبط می‌گردد.

**با نگاه به اسناد بالادستی، تلویزیون به مثابه یک دانشگاه عمومی تعریف شده است. ما در دهه ۶۰ این آموزش‌ها را در قالب طرح‌های مختلف در تلویزیون داشتیم و آمار بالایی هم داشت. آیا شما هم معتقدید تلویزیون هم‌چنان می‌تواند کارکرد دانشگاهی داشته باشد؟ یعنی می‌تواند یک آموزش غیررسمی که موجب تغییر رفتار و نگرش در مخاطب می‌شود را داشته باشد؟**

در زمینه آموزش در صدا و سیما دو راه کار داریم. ابتدائین که فقط به مهارت بسنده کنیم و تنها ابزار مقدماتی را داشته باشیم. سازمانی که دانشگاه تشکیل می‌دهد باید حتماً ابزار لازم را برای دانشجویانی که وارد آن دانشگاه می‌شوند را فراهم کند تا بتوانند مهارت کسب کنند. برای اپراتورها و تکنسین‌ها که بسیار هم در صدا و سیما زیاد هستند و نیاز به تحصیلاتی آکادمیک هم ندارند، دوره‌های دوساله، شش‌ماهه و ... برگزار کند. کافی است شما یک اپراتور خوب یا صدا بردار



خوب که ابزارش را می‌شناسد، معرفی کنید. قبل از انقلاب مدرسه عالی تلویزیون یا مدرک (با استفاده بهینه از امکانات و دو سال مفید در حد لیسانس) کارشناس یا کارشناسی ارشد می‌داد. امروزه بدون تعارف، دانشگاه صدا و سیما به منزله برآورنده کننده نیازهای شخصی است.

**مراد من این بود که در گذشته، اصالت تلویزیون «سرگرمی» تعریف شده بود، آیا برنامه تلویزیونی و خود تلویزیون می‌تواند به مثابه ی آموزش برای مخاطب باشد؟ آیا می‌توانیم از طریق تلویزیون تربیت فرهنگی، اقتصادی و یا سیاسی داشته باشیم؟**

چیزی که می‌تواند باعث موفقیت تلویزیون شود، اعتماد و صمیمت با مخاطب است که ما باید به آن توجه کنیم. نکته مهم این است که باید ببینیم، آیا مخاطبی که جلوی تلویزیون می‌نشیند می‌خواهد آموزش ببیند یا نه. در عین حال انگیزه‌ای و هر آن چه را که می‌خواهیم به مخاطب بدهیم مهم است و باید بتوانیم آن را پوشش بدهیم و در پوشش جذابیت این کار را نشان دهیم. زمانی، با جذابیت مخالفت میشد. لباس خوب، بد بود. دکور خوب و زیبا، بد بود و... امروز به آن فضا رویکرد شده اما به زرق و برق تبدیل شده است. سه هدف کلی در تلویزیون شامل سرگرمی، اطلاعات و ارشاد است. این اهداف از گذشته بوده و هست. در کل می‌توانیم با برنامه‌های مختلف حتی در فرم مسابقه، برنامه ی ترکیبی آموزش داشت و پیامی را به مخاطب ارسال نمود که آن پیام، رفتار ساز باشد.

■ ■ ■  
امیدوارم کارگروه طرح و برنامه کانون بتوانند سازوکاری را به وجود بیاورند که وقتی یک نفر طرحی را به صدا و سیما ارائه می‌دهد، اصالتش حفظ شود و مورد سوءاستفاده قرار نگیرد و لازمه ی این کار این است که عوامل هم امین باشند و امنیت بالایی در فرآیند ثبت حاکم باشد. ما در این زمینه تجربه چندانی نداریم و محیط‌های خاص هم شناخت خود را می‌طلبند. وزارت ارشاد فقط رسید طرح را امضا می‌کند و با یک سری قوانین نیمه مصوب و عرفی طرح بررسی می‌شود. لذا احتیاج به هماهنگی و هم فکری‌های زیادی دارد

## ظرفیت کانون برای تحول در برنامه‌های پرمخاطب مهم است

مدیر سابق کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری و بنیان‌گذار شبکه ورزش تلویزیون با حضور در غرفه کانون در گفت‌وگو با نشریه دیداری نو به سوالات خبرنگار این نشریه پاسخ گفت:

گذشت یکی دو سال، بهترین نیروهای تهیه‌کنندگی را زیرمجموعه خود قرار می‌دهد بزرگ‌ترین و موثرترین کار این بوده که کار مشترکی انجام شود تا بتوان از این پتانسیل، استفاده بهینه برد.

امیدوارم فضایی در صدا و سیما که خانه دوم این صنف است، ایجاد شود تا بتوانند از ظرفیت آن استفاده نمایند. هدف این است که با زمینه‌ای که در این ظرفیت وجود دارد کمیته‌های ارزیابی و کمیته‌های انتخابات که راهی به سوی آموزش و برنامه‌سازی دارند بتوانند از آن استفاده کنند، علی‌رغم این که اعتقادم بر این است که باید هدف اصلی سازمان استفاده از این پتانسیل‌ها برای برنامه‌سازی قوی باشد.

اکنون بسیاری از اعضا کانون، اعضا بسیار جوانی هستند که دارای این پتانسیل بوده که می‌توانند به برنامه‌سازان کمک شایانی کنند. ریاست محترم سازمان هم طی بازدیدی که داشتند از تأسیس این کانون استقبال کردند و برای‌شان بسیار خوش‌آیند بود و اگر به نظر بنده این کار آسیب‌شناسی شود به خوبی می‌توانیم از ظرفیت کانون استفاده کنیم.

با توجه به شناخت جناب عالی به فضای علمی این کار و پدید آمدن موضوعات و دست‌آوردهای علمی جدید در آینده‌ی دنیا که قطعاً انسان‌ها را درگیر خود نموده و این‌که ما با یک گذشته و پیش زمینه ذهنی درست و علمی فضا را شناخته و شروع به سرویس‌دهی

### به عنوان دومین مدیر عامل کانون، وضعیت کانون را چگونه می‌بینید؟

صحبت‌های پیش زمینه‌ای در مورد این که یک پلتفرم راه‌اندازی شود، انجام شده است. من معتقدم عوامل و تهیه‌کنندگان بسیار بزرگی که در کانون حضور دارند که در این چهل سال و اندی بعد از انقلاب، سازمان را به خوبی پوشش داده‌اند و این پوشش حتی در بدترین شرایط سازمان، شرایط جنگ، شرایط راهپیمایی‌ها و ... بوده است.

### به نظر شما حتی امروز که مردم در حال فاصله گرفتن از پلتفرم و یا محتواهایی که تنها به شکل سفارشی ساخته می‌شوند، هستند باز می‌توانیم برگردیم و برنده شویم؟

بله. ما در رسانه، مولفه‌ای به نام مخاطب‌شناسی داریم. اگر چه محتوا تغییر کرده و به قول شما افراد خانواده با هم به تماشای یک برنامه تلویزیونی نمی‌نشینند، با این وجود، می‌توان برنامه‌های ارائه کرد که این اتفاق افتاده و از این ظرفیت به بهترین نحو استفاده شود. لذا با استفاده از پتانسیل و حتی کمک سازمان این کار عملی است.

### انگیزه‌ی اصلی تشکیل کانون، چه بوده است؟

تشکیل کانون در همه اصناف و اتحادیه‌ها معمول است و این اقدام، باعث وحدت رویه بین افراد، جمع‌بندی افکار، خرد جمعی و ... می‌شود و پس از

نماییم، این خدمات تا چه حد به عنوان مشاوره و کمک جدید به سیستم حاکمیتی سازمان صدا و سیما می تواند نقش داشته باشد؟

باید در نظر داشت کارکرد تهیه کننده فقط تأمین منابع مالی و پول نیست، بلکه یک تهیه کننده باید بتواند ترجمه درستی از مفاهیم بین مدیر و سفارش دهنده داشته باشد. در مباحث علمی بحثی به نام سواد رسانه ای وجود دارد که در حوزه دانشگاه اگر مورد بررسی قرار بگیرد نسبت به پانزده سال گذشته نوع تدریس این درس تغییر کرده زیرا این درس وابسته به فن آوری هستند. بنابراین، تهیه کنندگان با تجربه قدیمی کانون می توانند با تلفیق تجربه و سواد رسانه ای، محتوا را به روز در آورند. امروزه تشخیص صحت کلیپ های فیکس که منتشر می شود، برای ببیننده امکان پذیر نیست. خوش بختانه امروز در کانون بیش از ۴۰ \_ ۵۰ نفر مدرس دانشگاه داریم که به دلیل نوع شغل خود، دائم با سواد رسانه ای و فنون تبلیغات آشنا شده و آپدیت می شوند. در پایان باید گفت رسانه، قطار در حال حرکت است که باید سوار آن شد در غیر این صورت، جا می مانید.

■ ■ ■  
اکنون بسیاری از اعضا کانون، اعضا بسیار جوانی هستند که دارای این پتانسیل بوده که می توانند به برنامه سازان کمک شایانی کنند. ریاست محترم سازمان هم طی بازدیدی که داشتند از تأسیس این کانون استقبال کردند و برای شان بسیار خوش آیند بود و اگر به نظر بنده این کار آسیب شناسی شود به خوبی می توانیم از ظرفیت کانون استفاده کنیم

■ ■ ■  
امیدوارم فضایی در صداوسیما که خانه دوم این صنف است، ایجاد شود تا بتوانند از ظرفیت آن استفاده نمایند. هدف این است که بازمینه ای که در این ظرفیت وجود دارد، کمیته های ارزیابی و کمیته های انتخابات که راهی به سوی آموزش و برنامه سازی دارند، بتوانند از آن استفاده کنند



دکتر شاه آبادی، از مدیران پیش‌کسوت رسانه ملی در گفت‌وگو با دیداری نو

## مهم‌ترین رسالت کانون، حفظ شأن شغل تهیه‌کننده است

حمید شاه آبادی، معاون اسبق هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاون سابق سازمان صدا و سیما، با حضور در غرفه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری در گفت‌وگو با خبرنگار نشریه دیداری نو به سوالاتی در حوزه اهمیت رسالت و مأموریت کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری پاسخ داد. متن مصاحبه در پی می‌آید:

آن زمانی حل خواهد شد که مشکلات درگاه انتشار خود و عرصه رسانه ملی را هم دریا بد بنا بر این، من فکر می‌کنم نفس وجود این کار، مادام که جهت‌گیری‌های خود را هم سو کنیم و هدف‌ها و نقاط مشترک‌مان را دریابیم و بدانیم که در پس همه اختلافات و منافع فردی یک منفعت جمعی وجود دارد که آن برآیند و آن پتانسیل ۵۰۰ تهیه‌کننده را تبدیل می‌کند به عنصر کارآمد برای هدف مشترک مفید است.

زمانی که کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری متولد شد یک رسالت و مأموریتی را برای خود تعریف کرد. یکی از اهداف دنبال کردن تحقق‌اش بود که تعامل با صدا و سیما و فضای مجازی مثل ساترا بود. تصور می‌کنید ارزیابی‌تان از این هدف‌گذاری چیست و چه قدر معتقدید که سندیکا یا صنف که ماهیت و ذات آن غیر دولتی است، می‌تواند با بخش‌هایی که تولید را در دست دارند پیش برود؟

■ ■ ■  
مهم‌ترین کاری که کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری می‌کند حفظ شأن آن شغل است که وجوه مختلفی دارد، یک طرف آن، این است که شاغلین این شغل از چارچوب‌های آن شغل فراتر نروند و سمت کارهای نازل نروند و رفتار سخیف نداشته باشند

با توجه به این که مقطعی هم معاونت صدا و هم معاونت سیما را برعهده داشتید، یعنی هم تجربه در صدا دارید و هم در سیما، البته داخل پراکنش عرض کنم، این کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری،

اصولاً نحوه شکل‌گیری صنوف شاید در گام اول حل مسائل و مشکلات صنفی و مسائل مشترک فی‌مابین جهت رفاه اعضا باشد، اما در پس این اتحاد اعضا و صنف و کنار هم قرار گرفتن‌ها از برآیند این کنار هم قرار گرفتن‌ها اتفاقات مهمی رقم می‌خورد که به آن حرکت اولیه ضریب شود هر حوزه‌ای و هر صنفی بخاطر مشکلات مشترک اعضا یک صنف کنار هم قرار می‌گیرند. شاید برای این که حق خودشان را از حاکمیت بگیرند حق خود را از کسانی که آن‌ها را نادیده می‌گیرند بگیرند. این روی سکه است و روی دیگر آن هم این هست که کنار هم قرار گرفتن هم جهت اگر به درستی ریشه‌یابی شود از برآیند آن اتفاقات جدیدی رقم می‌خورد که می‌تواند این هم افزایشی حرکت رویه جلو باشد اگر کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری در مسیر اصلی خود با جایگاهی که محصول خود است مثل صدا و سیما هم افق و هم جهت شود باز یک کانون صنفی صرف برای حل مسائل درون صنفی نیست بلکه تشکلی است رو به جلو چرا؟ چون مشکلات

دارد، یک طرف آن این است که شاغلین این شغل از چارچوب‌های آن شغل فراتر نروند و سمت کارهای نازل نروند و رفتار سخیف نداشته باشند و یک طرف دیگر آن، این است میدان عرصه محصولات آن شغل میدان رو به جلویی باشد، یعنی شما در هر صنفی نگاه کنید آن صنف باید از شأنت شغل خود صیانت کند که آن شأنت دو سو دارد، یک سو این است که بنده اثر فاخر دارم، چرا تلویزیون نشان نمی‌دهید و یک طرف دیگر این است که آقای فلانی کار غیر فاخر نکن، این دو سویه کاری است که باید کانون انجام دهد.

**اگر چند سال پیش این کانون تشکیل می‌شد و شما معاون سیما بودید چگونه تعامل می‌کردید و چه طور از ظرفیت این صنف استفاده می‌کردید؟**

مدل آغاز آن یعنی حرکت اول آن گفت و گو است یعنی پیدا کردن نقاط مشترک، یعنی باید از گفت و گو شروع کرد و نقاط مشترک را پیدا کرد.

**شنیداری هم هست شنیدار در دیدار مستور است، یعنی نمی‌شود که دیداری باشد شنیداری نباشد، ما در تعریف تهیه‌کنندگی می‌گوییم که یک فرد، یک ایده را رهبری کند یعنی با برنامه‌ریزی و مدیریت مالی بتواند کار را پیش ببرد؛ حضرت عالی هم در هر دو حوزه را به صورت کلان تجربه کردید. سوال این است که یکی از شاخصه‌هایی که در نمایش‌گاه مورد توجه قرار گرفته است، سلامت محتواست، ما چه قدر می‌توانیم در برنامه‌سازی و برنامه‌ریزی ایده، محتوای سالمی را تولید کنیم و این که کانون چه قدر می‌تواند در تولید محتوای سالم کمک کند؟**

تغییر تکنولوژی سلیقه مخاطب را تغییر داده است. به تعبیری، تغییرات تکنولوژی دریافت آثار به مرور نوع نیاز مخاطب را تغییر داده، جامعه هدف ما مردمی هستند که امروز با این تکنولوژی‌ها لحظه به لحظه در ارتباط هستند و وقتی که ما به این سرعت فراوان تغییر، نگاه می‌کنیم، نمی‌توانیم در فاکتوهای گذشته باشیم و طبیعتاً باید یک عرصه‌های جدیدی را رقم بزنیم. این امر، یک پای کار تکنولوژی است و یک پای کار تنوعی است که مخاطب مان می‌طلبد، این نیست که با یک سلطان و شبان مخاطب مان را اداره کنیم و از آن طرف درگاه‌های انتشار هم متنوع شده و درگاه‌ها انتشار با جنس متفاوت عرضه کنیم و این مخاطب هر لحظه سلیقه‌اش در حال شکوفایی و رشد است. به نظر می‌رسد چاره‌ای نداریم که با هم دیگر مدارا کنیم.

**کانون یا صنف یا همان سندیکا چه قدر می‌تواند در جایگاه شغلی موثر باشد؟ چه قدر کانون تهیه‌کنندگان می‌تواند حفاظت کند از موقعیت تهیه‌کنندگان در جایی که کار می‌کنند؟**

جایگاه اجتماعی شغل را معمولاً خروجی آن شغل تعیین می‌کند. اگر معلم ما دانش‌آموز بد تربیت کند معلم در جامعه شأنت ندارد و چرا معلم شأنت دارد برای این که همه ما یک‌بار کلاس درس آن معلم نشستیم و جایگاه آن معلم را دریافتیم. مهم‌ترین کاری که کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری می‌کند حفظ شأن آن شغل است که وجوه مختلفی



## پلتفرم‌ها با کانون تهیه‌کنندگان نزدیک‌تر باشند



باید برویم.

دائم به این موضوعات فکر می‌کنم که چرا این اکوسیستم دچار اختلال شده و امیدوارم این ارتباط به نحوی شکل بگیرد و بهینه شود. منطق و رسالت را نفروشیم چرا فقط برای یک هدف مخاطبین بیش‌تری را جذب کنیم. مثلاً یک سریال اختصاصی تولید می‌شود و نهایتاً ۵۰۰ هزار نفر از جامعه در تهران آن را می‌خرند چرا در استان دیگر نباید فیلم ببینند و نباید به این سمت بروند و باید حتماً آن را در تلویزیون ببینند. این فضا در تماشاخانه خیلی باز است یعنی هر کسی که کار تولیدی می‌کند با در اختیار گذاشتن این رسانه برای او به صورت رایگان می‌تواند پخش کند. هر جایی هم رسانه محتوایی که تولید شده مخاطب خاص خود را دارد و این رسانه برای آن تولید کننده تبلیغ می‌کند و تماشاخانه برای فیلم‌اش مخاطب می‌گیرد. تماشاخانه اصلاً خود را محدود نمی‌کند. ۸۰ دانشجوی نخبه حوزه هنری از جمله کارگردان و تهیه‌کننده و بازیگر در این تماشاخانه حضور دارند. یکی از کارهایی که می‌توانیم انجام دهیم، در گام اول با برگزاری یک رویداد آن‌ها را دعوت کرده تا به یک هم‌فکری برسیم. هم افزایشی به کل سیستم می‌تواند کمک کند. این ارتباط باید شکل بگیرد.

### این امر چه قدر می‌تواند در ارتقای تولید موثر باشد؟

پس از بحث تولید، بحث کیفی به وجود می‌آید که به آن شاخصه کمی و کیفی می‌گویند. با شاخصه کمی، هر کسی می‌تواند در خانه خود محتوا تولید کند؛ مثل اتفاقی که در فضای مجازی افتاده جایی بروز می‌کند که مخاطب بیش‌تری را بتواند جذب کند. هر چه تولید بیش‌تر باشد رقابت بیش‌تری در کیفیت به وجود می‌آید. الان در تولید هم دغدغه داریم و با یک کمیت پایینی روبرو هستیم. بسیاری از تهیه‌کننده‌ها به سمت وی‌اودی‌ها رفتند. به نظرم، خودمان باید به خودمان کمک کنیم. باید برای نمایش، رسانه در اختیار تولید کننده گذاشته شود و از آن طرف نمی‌دانیم چه کمکی به آن‌ها کنیم که تعامل صورت بگیرد و انگیزه ایجاد شود.

بهروز نصرالله مدیرعامل پلتفرم تماشاخانه، که یکی از مجموعه‌های حاضر در دومین نمایش‌گاه صوت و تصویر فراگیر (رصتا) حضور بود، به بهانه حضور در این نمایش‌گاه خبرنگار نشریه دیداری نو (کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری) با او به گفت‌وگو نشست که می‌خوانید:

### راه‌های هم‌کاری با صنوف مانند کانون تهیه‌کنندگان و راه‌های هم‌افزایی با صنوف را چه می‌دانید؟

اتفاق مثبتی که افتاده این است که وی‌اودی‌ها به این سمت رفتند که برای مخاطبان‌شان بیش‌تر به دنبال محتوای فاخر هستند، مثلاً ۵۵ درصد از جامعه تا به حال تحت پوشش وی‌اودی‌ها قرار گرفته و دلیل این بود که یک قشر خاصی را مدنظر قرار دادند. بخش خصوصی بحث‌های تجاری را هم در نظر می‌گیرد. این اتفاقی که افتاده قاعدتاً بخشی از این را کانون تهیه‌کنندگان وارد آن بازار شوند و شاید به همان نسبت بخواهیم در نظر بگیریم که نود درصد تهیه‌کنندگان موجود در ایران الان دچار این کش‌مکش هستند که کجا باید بروند و با چه کسی کار کنند و چه محتوایی تولید کنند. اتفاقی که افتاده این است که اکوسیستم دچار چالشی شده و برداشتم این است که هر چه بتوانیم نزدیک‌تر و هم‌فکرتر با هم در ارتباط باشیم می‌تواند کمک بیش‌تری به این هم‌افزایی کند. الان این نمایش‌گاه هنوز خیلی نوپا است و انتظارم از کانون تهیه‌کنندگان این است که در حوزه تخصصی کار کنیم.

کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری غرفه دارد چرا تهیه‌کنندگان به غرفه‌های ما سر نمی‌زنند و خیلی کم بازیگر برای بازدید به این نمایش‌گاه می‌آیند. در حقیقت، این نمایش‌گاه، نمایش‌گاه رسانه هست، اگرچه، متولی نمایش‌گاه جایی که شاید مورد تأیید خیلی از تهیه‌کننده‌ها نباشد. به طور کلی، چرا صدا و سیما نباید برگزار کننده باشد و واقعیت این است که جامعه متولی آن را هنوز نپذیرفته است. به هر حال نمایش‌گاه فضایی است که عوامل در آن مشارکت دارند. چرا کنار هم از این فضا استفاده نکنیم. به هر حال، این امکان به وجود آمده اگر این‌جا نیایم کجا



کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری

## غرفه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری در دومین نمایشگاه رستا، دی ماه ۱۴۰۲





**کمیته طراحی و اجرایی برنامه‌های غرفه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری  
در دومین نمایشگاه رستا، دی ماه ۱۴۰۲**



مهندس جعفری جلوه از مدیران پیش‌کسوت رسانه ملی در گفت و گو با دیداری نو

## یک تشکل صنفی عهده دار یک رابطه چند وجهی در عرصه هنر است

محمد رضا جعفری جلوه، از مدیران با سابقه رادیو و تلویزیون هست. ایشان بعد از پیروزی انقلاب اسلامی در حالی که در رشته مهندسی شیمی در دانشگاه پلی تکنیک سابق و امیر کبیر فعلی، تحصیل می‌کرد وارد سازمان صدا و سیما شد و ادوار مختلف مدیریتی را در موقعیت‌های مدیر شبکه و بعدها معاونت سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را تجربه کرد. جلوه، از جمله مدیران موفق و صاحب نظر در حوزه مدیریت رسانه و فرهنگ محسوب می‌شود. ایشان اکنون مشاور رییس سازمان و عضو شورای مجوز ساترا هستند. جلوه هم چنین، دانش آموخته رشته مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی گرایش تصمیم و خط مشی گذاری فرهنگی است. در جریان بازدید ایشان از غرفه کانون در دومین نمایشگاه رستا گفت و گویی داشتیم، که در پی می‌آید:

### لطفاً تحلیل‌تان را از نقش و کارکرد کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری بفرمایید؟

اولاً، به رغم آن‌که شکل‌گیری کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری با تأخیر رقم خورده اما شکل‌گیری این تشکل را در میان تهیه‌کنندگانی که خاستگاه اصلی‌شان تلویزیون بوده، تبریک می‌گویم، زیرا وقتی شخصیت‌های حقیقی به یک شخصیت حقوقی تبدیل می‌شوند طبیعی است که از قدرت و تجمیع قوا برخوردار می‌شوند که نسبت به تک تک اعضاء فعال، مسئولیت‌آورتر می‌شوند و آن‌ها را نسبت به حقوق مخاطب آگاه‌تر می‌کنند.

### مهم‌ترین دست‌آورد تولد این صنف را چه عواملی می‌دانید؟

تشکل صنفی در حوزه‌های فرهنگی و هنری موارد متعددی دارد، به ویژه در عرصه نمایشی و عرصه مهم تلویزیون و نمایش خانگی، زیرا امروز در مصداق‌های رسانه‌های صوتی تصویری فراگیر، تلویزیون و مجموعه‌های شبه‌تلویزیونی هستند. عرصه‌هایی که پلتفرم‌ها عهده دارند. به هر حال، هم مدافع حقوق مردم و هم مدافع حقوق فرهنگ و هم مدافع حقوق اعضاء خودشان هستند و در عین حال هم پاسخ‌گویی بهتر به مسئولین و متصدیان امری که موظف هستند در عرصه تنظیم‌گری و مدیریت فرهنگی ایفا نقش کنند و فضا را تضمین و مراقبت کنند.

یعنی رابطه چند وجهی بین صنف، دولت و سرمایه‌گذار



### برقرار است؟

بله، در واقع، یک رابطه چند وجهی را یک تشکل صنفی در این عرصه عهده دار است که در مجموع مبارک است. البته باید مراقبت شود که موضوع کار، دچار حاشیه نشود و امور حاشیه‌ای، متن نشود.

**این اصطلاح را شنیده‌اید که می‌گویند دوربین سینما و تلویزیون بی‌رحم است. برای این که کمی از این تیزی و بی‌رحمی کم کنیم و برای هنرمندانی که در طی سال‌ها به خوبی پیام‌های خوبی را به جامعه منتقل کردند کاری کنیم، چگونه باید از این کانون‌ها حمایت کنیم؟**

به هر حال، اهالی هنر را باید هم‌واره مورد توجه قرار داد و نباید اجازه دهیم آن‌ها دچار غربت شوند. کسی که به عنوان خلاق در حال هنرورزی و ارتباط با مخاطب بوده وقتی گوشه‌گیر شود دچار آسیب‌های روحی و روانی شدیدی می‌شود که می‌تواند حتی منجر به آسیب خود او شود. در عین حال، ارتباط و استمرار این ارتباط موجب تازگی ذهن و روح و اطلاعات این دسته از افراد می‌شود. فقدان اطلاعات ممکن است باعث گرفتن بعضی از تصمیم‌ها و اقدامات شود که برای آن‌ها مضر است و به پیشینه‌ی آن‌ها صدمه می‌زند مهم‌ترین وظیفه یک کانون این است که اهالی را ببیند و حواسش به همه آن‌ها باشد. هم صیانت فرهنگی و هم صیانت مادی داشته باشد.

مدیرعامل موسسه نصرسلیمان محمدی در گفت‌وگو با دیداری نو

## کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری می‌تواند در جریان سازی فرهنگی کشور پیش قدم باشد



عبداله رضایی مدیرعامل موسسه نصرسلیمان محمدی و تهیه‌کننده ارشد تلویزیون، در حوزه هویت ایرانی اسلامی و تولید برنامه‌های تلویزیونی فعالیت دارد. حضور این موسسه در دومین نمایشگاه صوت و تصویر فراگیر (رصتا) موجب شد تا خبرنگار نشریه دیداری (نو) تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری) با او به گفت‌وگو بنشیند که در ادامه می‌خوانید:

عامل جمع‌کننده یک تیم برای تولید محتوا و یک اثر فاخر است که البته این کار خیلی سخت است.

معمولاً ما ایرانی‌ها کارهای بزرگی در بحران‌ها انجام می‌دهیم و یک تهیه‌کننده خوب اول یک مدیر خوب است. بنابراین، اگر نگاه‌مان به تهیه‌کننده را اصلاح کنیم خود به خود این نگاه اصلاح شده باعث می‌شود تهیه‌کننده به عنوان یک فرهیخته فرهنگی جای‌گاه خود را پیدا کند و اگر کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری بتواند این نگاه را عوض کند با شفافیت، این نگاه حول محور، نسبت به تهیه‌کننده باید عوض شود و تا این نگاه عوض نشود، جایگاه واقعی تهیه‌کننده بازیابی نمی‌شود. این طور نیست که فردی که شغل آزاد دارد و هیچ ربطی به عرصه هنر و مدیریت و شناخت جریان‌های فرهنگی علمی اجتماعی کشور ندارد، تهیه‌کننده می‌شد چرا؟ چون پول دارد و این بدترین نوع توهین به صنف تهیه‌کننده‌ها است

### چگونه صنف تهیه‌کنندگان می‌تواند به ارتقای فرهنگی کشور کمک کند؟

تهیه‌کننده دو بحث جداگانه می‌باشد، یک بحثی که می‌تواند یک نگاه فول محور و تقسیم‌کننده باشد یعنی ارتباط دهنده منابع مالی به منابع هنری و تولیدی باشد. برخی نگاه سطح درجه دو و پایینی نسبت به تهیه‌کننده می‌توانند داشته باشند. یکی به عنوان فرد فرهیخته‌ای که نماینده جریان هنری، شناخت جریان هنری زمانه خود است به عنوان یک هنرمند اول یعنی مدیر در یک مجموعه معرفی می‌شود. معنی دوم تهیه‌کننده این است که یک مدیر هنرمند زمان‌شناس که می‌تواند جریان‌های سیاسی فرهنگی و اجتماعی را درک کرده و آن‌ها را پالایش کند. این فرد می‌تواند هنرمندهایی که ایده پردازند یا تولیدکننده هستند را بهم متصل کرده و یک اثر هنری فاخر تولید کند.

اگر نگاه‌مان به تهیه‌کننده این باشد یکی از شغل‌های بسیار درجه بالا و بسیار محترم در این کشور و کل دنیا است چون عامل فرهنگ‌سازی و

## تهیه‌کننده، مغز متفکر برنامه است

دکتر علی رجب‌زاده طهماسبی معاون پژوهشی دانشگاه صداوسیما، دانشیار دانشگاه صدا و سیما و از پژوهش‌گران برجسته در حوزه تولیدات تلویزیون محسوب می‌شود. وی شارح نظریه پرسپکتیو در تلویزیون است. با وی در جریان بازدید از غرفه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری به گفت‌وگو نشستیم:



جمهوری اسلامی، به تلویزیون به مثابه یک دانشگاه عمومی نگاه شده است. تلویزیون چطور می‌تواند به مثابه یک دانشگاه عمومی و تهیه‌کننده در نقش یک معلم، عمل کند؟

اشاره کردیم که آموزش و پژوهش لازم و ملزوم یکدیگر هستند. وقتی در سطح جامعه، ارتباط بین جامعه، صنعت و دانشگاه مطرح می‌شود، فی الواقع، همین مصداق است. تلویزیون یک دانشگاه عمومی است. وقتی می‌گوییم تلویزیون می‌تواند ارزش گذاری کند، پس می‌تواند باعث ایجاد تغییر رفتار در مخاطب گردد و مخاطب نیز می‌تواند تأثیری در سطح جامعه بگذارد که منجر به جریان سازی شود. در این خصوص "برینس" نظریه جالبی دارد که می‌گوید اگر اثر تلویزیونی یا سینمایی (به خصوص تلویزیونی) نتواند در جامعه جریان سازی کند، آن اثر هرگز ماندگار نخواهد شد.

وقتی می‌گوییم تلویزیون می‌تواند ارزش گذاری کند، پس می‌تواند باعث ایجاد تغییر رفتار در مخاطب گردد و مخاطب نیز می‌تواند تأثیری در سطح جامعه بگذارد که منجر به جریان سازی شود

دانش برنامه سازی چه قدر می‌تواند در برنامه سازی موثر باشد؟ یعنی وقتی تهیه‌کننده‌ای که مجهز به سواد تلویزیونی است، چه قدر موفق است؟ آیا تاکنون پژوهشی در این خصوص انجام گرفته که خروجی تهیه‌کننده‌ای که مجهز به دانش برنامه سازی است، در مقایسه با تهیه‌کننده‌ای که فاقد این دانش است، متفاوت باشد؟

من معتقدم باید بین حوزه دانش، اجرا و کار ارتباط بسیار نزدیکی وجود داشته باشد. در هر کاری دو بال اصلی داریم. یکی پژوهش و دیگری آموزش که هر دو مکمل یکدیگرند. در گذشته کاری برای وزارت کشور انجام دادیم که در آن کلیه آموزش‌گاه‌های سینمایی سراسر کشور را بررسی کردیم تا ببینیم چند درصد از آموزش‌گاه‌ها توانسته‌اند افرادی تربیت کنند که در حوزه سینما و تلویزیون موثر باشند. ما کار تحقیقی و نظر سنجی این بود که ۹۰ درصد افرادی که در حوزه سینما و تلویزیون فعالیت می‌کنند در حوزه‌های آموزشی دوره دیده‌اند و موفق بوده‌اند. هیچ کار سینمایی و تلویزیونی بدون پژوهش ممکن نیست. قابل ذکر است که اکنون دنیا به سمت پرسپکتیو محوری در حرکت است یعنی این‌که گاهی نقطه نظری که در ذهنیت برنامه‌ساز وجود دارد. در ساخت اثر، تأثیر گذاشته و در مخاطب حادث و باعث تغییر رفتار می‌گردد. تلویزیون امروزه با هدف ارزش گذاری و معنادهی و معناسازی فعالیت می‌کند و مهم‌تر از همه علاوه بر مسائلی که در حوزه فرهنگ وجود دارد، مخاطب را وادار به یک تغییر رفتار می‌کند.

در سند بالادستی تلویزیون و نیز بیانات بنیان‌گذار

ما معتقدیم، تهیه‌کننده، مغز متفکر یک برنامه است و هدایت و راهبری عملی، تئوری و تأثیرگذاری بر مخاطب را با استفاده از ۵ فاکتور در داخل برنامه را اجرا می‌کند. یک تهیه‌کننده به عنوان یک معلم در جامعه، برنامه‌ای را می‌سازد که بتواند قشر مخاطب خودش را به سمت یک جریان سوق دهد و آن جریان در درون جامعه حرکتی را ایجاد می‌کند که آن حرکت موجب ارتقاء جامعه می‌شود.

مهم‌ترین شاخصه یک برنامه ویدئویی به طوری که به مثابه یک واحد درسی عمل کند یا این که بتواند موجب تغییر رفتار گردد، چیست؟

مهم‌ترین نکته‌ای که باید بدان توجه کرد این است که تلویزیون دارای ۵ ویژگی خاص است که در سینما وجود ندارد:

۱) دارای وقفه است. یعنی یک اثر تلویزیونی از مرحله ایده تا مرحله نتیجه و تأثیرگذاری، باید به وقفه توجه کند. یعنی نیازمند آگهی تلویزیونی است تا شرایط تنفس برای مخاطب فراهم گردد. دیرزمانی است تلویزیون وام‌دار سینما، تئاتر و رادیو بود، اما امروزه به دلیل دارا بودن ویژگی‌های خاص، خودش تئوری مستقل دارد.

۲) تلویزیون دارای بخش بندی است. در تلویزیون باید شرایطی ایجاد شود که یک برنامه بتواند هفتگی، مداوم و یا به صورت پشت سر هم، در شرایطی کار را پیش ببرد. تمام برنامه‌های تلویزیون مجموعه است یا مجموعه‌ای پیوسته یا مجموعه ناپیوسته (سریال - سیت کام). بنابراین، آن چه مهم است، توجه به بخش بندی است.

۳) تلویزیون دارای میانه‌های قابل گسترش است. یعنی سیکل تلویزیون ارسطویی نیست در سینما شروع، میانه و پایان داریم اما تلویزیون چند وجه است در واقع باید شرایط را به گونه‌ای ایجاد کرد که پرسپکتیو در مخاطب عارض شود.

ما معتقدیم، تهیه‌کننده، مغز متفکر یک برنامه است و هدایت و راهبری عملی، تئوری و تأثیرگذاری بر مخاطب را با استفاده از ۵ فاکتور در داخل برنامه را اجرا می‌کند. یک تهیه‌کننده به عنوان یک معلم در جامعه، برنامه‌ای را می‌سازد که بتواند قشر مخاطب هدف و مخاطب خاص خودش را به سمت یک جریان سوق دهد و آن جریان در درون جامعه حرکتی را ایجاد می‌کند که آن حرکت موجب ارتقاء جامعه می‌شود

## محتوای خوب، راه خود را به نگاه مخاطب باز می‌کند



مهدی مطهر مشاور روبیکا در تأمین محتوا در گفت‌وگو با نشریه دیداری نو(کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری) معتقد است که محتوای خوب راه خود را به نگاه مخاطب باز می‌کند.

اثرگذار است محتوای خوب است و محتوای خوب راه خود را به نگاه مخاطب باز می‌کند.

### مطهر در پاسخ به سوال نقش سلیقه مخاطب در تولید محتوا به موضوع مهم نیاز سنجی مخاطبان اشاره کرد و بیان کرد

درگاه‌های جدید بر اساس نیازهای مخاطب شکل گرفته، مثلاً فضای اینترنت و یا یوتیوپ گسترده شده و با استقبال مردم از تماشا و پی‌گیری سریال‌ها، به این نتیجه رسیده که با یک ممیزی مختصر و دوبله کارها، آن‌ها را به دید مخاطب برساند. لذا این وی‌اودی‌ها! نمی‌توانند از خواسته مخاطب عقب بمانند. در حالی که مخاطب با یک جست‌وجوی ساده به محتوای روز دنیا دسترسی پیدا می‌کند. بنابراین، خود را مجبور می‌کنند که استانداردهای خود را بالا بیاورند که البته ایراداتی به این کار وارد است.

### وی در پاسخ به این سوال که به نظر شما نمایشگاه ساترا و جشن‌واره رستا چه تأثیری می‌تواند در تولید محتوای سالم داشته باشد؟

پاسخ داد خوش‌بختانه یا متأسفانه، سال گذشته به هر دلیلی روبیکا نتوانست در جشن‌واره شرکت کند اما امسال موفق به حضور در آن شد. یک‌سری از جشن‌واره‌ها در سال‌های نخستین برگزاری جشن‌واره، بسیار پربارتر و بهتر عمل می‌کنند، چرا که هنوز فراگیر نشده‌اند تا عموم در آن شرکت کنند و فقط صاحبان محتوا و مسئولین پلتفرم‌ها در آن حضور دارند. بنابراین، جشن‌واره اسیر شلوغی نمی‌شود. در واقع، در سال‌های نخستین روند نمایشگاه حرفه‌ای و در سال‌های بعد، تجاری می‌شوند. با توجه به تعدد مواردی برای مخاطبان ایرانی هم‌چون: موبایل، پی‌سی و حتی تلویزیون، در حقیقت پلتفرم‌ها با هفتاد میلیون مخاطب آگاه دارد. پس آن‌چه در جذب مخاطب

## کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری در حال تبدیل شدن به یک اتفاق مهم در عرصه فرهنگی در کشور است



تولید محتوای فرهنگی، یکی از مباحث بسیار مهم در حوزه توسعه فرهنگی است. تهیه و تأمین این تولیدات غالباً بر عهده‌ی رسانه ملی و تعامل این سازمان با فضاها و پلتفرم‌های موجود در بازار است. اهمیت این موضوع تا جایی است که مدت دو سال است که نمایش‌گاه ساترا برای ایجاد هم‌افزایی و تعامل موثر بین رسانه ملی و فعالان تولید محتوا برگزار می‌شود. این گردهم‌آیی، ظرفیت مکملی برای حکمرانی فرهنگی و رفع نیازهای جامعه در حوزه فرهنگ است. با عباس طاهریان در باره جشن‌واره رستا و نگاه فرهنگی به تولید محتوا گفت‌وگو کرده‌ایم که در پی می‌آید:

### جشن‌واره رستا در دوره دوم را چطور ارزیابی می‌کنید؟

اولین حضور کانون تهیه‌کنندگان و تأثیر آن را در نیل به اهداف کانون، چطور ارزیابی می‌کنید؟

من به کار صنفی اعتقاد دارم به نظرم کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری تقریباً در حال تبدیل شدن به یک اتفاق مهم در عرصه فرهنگی و حوزه تولید محتوا در کشور است. شاید زمانی فکر نمی‌کردیم که برنامه‌سازان در قالب شکل صنفی این‌طور دور هم جمع شوند و دولت آن‌ها را بپذیرد، خوش‌بختانه کانون طوری مطرح شده است که در جلسات مختلف نام کانون را می‌شنویم و در مسائل مختلف موضع‌گیری‌های کانون مهم شده است.

### چشم‌انداز کانون را در تولید رسانه‌های دیداری را چطور می‌بینید؟

جشن‌واره رستا دورهمی محتواسازان و بستر غیر تلویزیونی است که به دلیل گسترش این بازار در سال‌های اخیر، ما شاهد گسترش آن در نمایش‌گاه بودیم. واقعیت این است که از آن جایی که ساترا نماینده تلویزیون در این بستر است و اعلام می‌کند که درها باز است و همه می‌توانند ورود کنند؛ به نظر می‌رسد دعوت از همه برای حضور این دورهمی را تقویت می‌کند و البته چه بسا ذهنیت‌های منفی را از می‌برد و آشتی ایجاد کند و این برای بازسازی چهره‌ی تلویزیون هم خوب است و از این منظر، به نظرم برگزاری این جشن‌واره مهم است، اما این دورهمی، دیدارهای چهره به چهره برنامه‌سازان و دیدار جمیع محتواسازان در این فضا اتفاق مهمی است که طبیعتاً در سال کمتر اتفاق می‌افتد و جشن‌واره از این حیث هم خیلی مهم است.

به نظرم کانون نه در کوتاه مدت بلکه در بلند مدت اتفاقات مهمی در آن جا به وقوع می‌پیوندد. افرادی که در کانون تهیه‌کنندگان عضو شده‌اند افراد بسیار باتجربه و به اصطلاح برجسته‌ای در زمینه برنامه‌سازی هستند، یعنی یک عمر رسانه ملی (زمانی که فضای مجازی وجود نداشت) حول همین افرادی می‌چرخید که تولید محتوا می‌کردند و الان عضو کانون هستند پس این جمع، جمع مهم و بسیار اثرگذاری است. طبیعتاً، سلیقه‌های مختلفی که در کانون دور هم جمع شدند با تهیه‌کننده جدیدی که به این عرصه وارد شدند و تلفیق و ترکیب این‌ها آینده‌ی تولید محتوا، آینده‌ی خوبی است یک روز ایده‌ای در تلویزیون وجود داشت که مثلاً برای یک برنامه روتین صبح‌گاهی، هر هفته یک تهیه‌کننده کار را اجرا کند که انجام نشد، اما تصور این است که این ایده در کانون تهیه‌کنندگان می‌تواند خیلی خوب باشد یعنی تولید محتوایی که در ده ورژن پیش‌بینی می‌شود که هر کدام از این سیزن‌ها را یک فرد در یک گروه پیاده کند. در این صورت، رقابت، تنوع و تکثر سلیقه‌ها با رو آمدن تجارب زمینه را برای توسعه آماده می‌کند. تولید محتوا زمانی موفق است که ما بتوانیم به روز عمل کنیم. ترکیب کانون یک ترکیب برنده برای آینده‌ی تولید محتوا در کشور است.

### چه عواملی می‌توانند برای ارتقاء ماهیت فرهنگی تولیدات تأثیر گذار باشند؟

در کشور ما فرهنگ، مقوله‌ای پیچیده و در هم تنیده‌ای است. یکی از دلایل عدم موفقیت ما محتوای تولید، تنوع و تکثر نظرات و ایده‌ها است. اگر از نگاه توسعه فرهنگی نگاه کنیم به نظر من ارتقا و توسعه فرهنگی یک شبه و با یک نمایش‌گاه اتفاق نمی‌افتد ممکن است نمایش‌گاه رستا بتواند نقطه‌ای در یک جا اثرگذار باشد عمدتاً خارج از حوزه‌ی نمایش‌گاه رستا، تولیدات فرهنگی ما در صورتی تقویت می‌شود که همه‌ی تفکرهای و ایده‌ها وارد حوزه برنامه‌سازی شوند و حمایت هم بشوند صرفاً خطی برخورد کردن یا هم فکر را تقویت کردن توسعه فرهنگی را در تولید محتوا به دنبال ندارد. فرهنگ پیچیده است و تولید محتوا در رسانه و فضای مجازی پیچیده تر. اگر قرار باشد این دو بهم گره بخورد، باید اتفاقات خیلی بزرگی رخ دهد و آن هم پذیرش همه‌ی سلیقه‌ها و تفکرهای در چارچوب حاکمیت است و موفقیت در حوزه‌ی فرهنگی زمانی شکل می‌گیرد که ما تفکری را حذف نکنیم.

الهه رضایی، مجری پیش‌کسوت برنامه‌های کودک در گفت‌وگو با دیداری نو

## سامانه ثبت طرح و ایده اقدام مهمی است



بخشی از خاطرات ماندگار کودکان دهه‌های گذشته به ویژه دهه شصتی‌ها به برنامه‌های کودک آن زمان برمی‌گردد. یکی از مجریان محبوب که دهه ۶۰ و ۷۰، کودکان و نوجوانان را جلوی تلویزیون می‌نشاند تا حرف‌های خوب بزنند و برنامه‌های بعدی را معرفی کند، "الهه رضایی" بود. خانم الهه رضایی کارشناس علوم تربیتی، گرایش مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی دارند. ایشان کارشان را در تلویزیون با برنامه کودک در سال ۵۷ شروع کردند. فعالیت‌های ایشان بیش‌تر در حوزه کودک بوده است و یک دوره ۷ ساله برنامه خانواده هم داشته‌اند که بعد از آن یک مهد کودک را تاسیس کردند. در دومین نمایشگاه رستا در غرفه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری، با خانم الهه رضایی به گفت‌وگو نشستیم:

### نظر شما راجع به سامانه ثبت طرح و ایده در کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری چیست؟

این سامانه ثبت طرح و ایده کار مهمی است که ایده‌های جوانان ثبت شود. این خیلی خوب است در کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری این مالکیت حفظ می‌شود و امکان پی‌گیری وجود دارد. برای این‌که افراد بدانند فضا و مکانی وجود دارد، باید اطلاع‌رسانی انجام شود که می‌توانند بیایند و ایده‌هایشان را ارائه و ثبت کنند.

### به نظر شما، با توجه به این‌که کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری از نظر فضایی از تهیه‌کنندگانی که حتی در عرصه‌های بین‌المللی فعالیت می‌کنند حمایت می‌کند چه قدر در این زمینه می‌تواند کمک کند؟

کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری قطعاً می‌تواند کارهای بزرگی انجام دهد. مشروط بر این‌که افرادی که به عنوان سرپرست و یا هیئت‌مدیره هستند، با این‌ها همراه باشند و از تمام صحبت‌ها و خواسته‌هایی که از طرف تهیه‌کنندگان اعلام می‌شود، استفاده کنند و با آن‌ها هم‌کاری کنند و در فضاهایی که امکان پذیر است انجام دهند و کار را گسترش دهند تا بتوانند افراد دیگر هم مطلع شوند. یک نکته خوب که در این کانون می‌تواند اتفاق بیفتد حضور جوان‌هایی است که فوق‌العاده باهوش و فعال و خلاق هستند ولی جایی ندارند که معرفی شوند، اما وقتی عضو این کانون شوند، این کانون می‌تواند کمک کند که در حوزه نمایش، حوزه موسیقی و تلویزیون معرفی شوند. در واقع، افرادی که جوان هستند، ایده دارند و علاقه‌مند هستند کانون را بشناسند، می‌توانند بیایند تا ایده‌های خودشان را نشان دهند و از طریق کانون بتوانند وارد فضای علاقه‌مندی خود شوند. در نهایت امیدوارم کانون مسیرش را خیلی راحت و سریع جلو برود و به اهداف اصلی‌اش برسد.

### دلیل حضورتان در غرفه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری و اهمیت این فضا بر تولید برنامه‌های تلویزیونی را برای ما بگویید؟

باعث خوشحالی بنده است، فرصتی ایجاد شد که ما بتوانیم هم‌کاران قدیمی، هم‌مجریان و هم‌هم‌کاران پشت صحنه مان را ببینیم. تلویزیون همیشه مخاطب خودش را داشته و ما هم از طریق تلویزیون با مردم گفت‌وگو کردیم، همراه شدیم و مخاطبین هم با ما دوست و همراه شدند. متأسفانه الان تلویزیون مخاطب گذشته را ندارد؛ واقعاً حیف است. امیدوارم که به این موضوع توجه کامل شود تا بتوانیم فضای خوبی بین مردم دوباره ایجاد کنیم. افسوس که برخی از برنامه‌ها از تلویزیون پخش نمی‌شوند که همه بتوانند تماشا کنند و افراد مجبور نباشند از طریق اینترنت یا یک سری پلتفرم، این برنامه‌ها را تماشا کنند. امید است که نمایش‌گاه‌هایی مثل همین نمایش‌گاه رستا به برنامه‌های مورد علاقه‌ی مردم بپردازند. قطعاً کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری به این قضیه می‌پردازد و به این کار فرهنگی علاقه‌مند است. کسانی مثل کارگردان، صداپردار و عوامل پشت صحنه و افرادی که عنوان تهیه‌کننده و به نوعی کارفرمای برنامه که یا از طریق صداوسیما یا حامی مالی تلاش می‌کنند تا کارشان را شروع کنند، بیش‌تر در عرصه سینما شناخته می‌شوند اما در تلویزیون، این تهیه‌کنندگان کمتر شناخته شده هستند.

### برخی معتقدند، کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری و برخی صنوف دیگر، کمی دیر تشکیل شد. نظر شما چیست؟

خیلی دیر تشکیل شد. جلوی ضرر را از هر جا بگیرند منفعت است. ضمن این‌که تلویزیون باید کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری را حمایت و رسیدگی کامل کنند. همین‌که، این اتفاق افتاده و تلاش‌هایی که دارد انجام می‌شود خیلی خوب است.

## کانون تهیه‌کنندگان چشمه‌ی جوشان تولیدات فرهنگی خواهد شد



اگرچه کشور ما در حوزه زیست‌بوم صوت و تصویر دیجیتال سابقه‌ی طولانی ندارد، اما دو سالی است با برگزاری نمایش‌گاه صاترا تجارب اصناف رسانه‌ای زبده با ایده‌های خلاقانه جوان‌ترها رسانه را با اتفاقات خوب فرهنگی برای آینده آماده کرده است. محمد دلاوری از مجریان معروف و شاخص تلویزیون است که کار خود را از خبرنگاری آغاز کرد و به سوالات منتقدانه و جدی از مدیران اشتها دارد. از وی در باره جشن‌واره و تعامل با کانون تهیه‌کنندگان پرسیدیم:

روز اولی که کانون شکل می‌گرفت من تصور نمی‌کردم که کانون در این زمان کوتاه تا این اندازه رشد کند. خوش‌بختانه، کانون موفق شد افراد معتبر در تولید را به خود جذب کند و خود را خستگی‌ناپذیر در موقعیت‌های مختلف نشان دهد، حتی اعضای کانون از بسیاری از فعالیت‌های آن بی‌خبر هستند و نمی‌دانند مجموعه افرادی که پایه‌گذار کانون بودند چه قدر در موقعیت‌های مختلف تلاش و دوندگی کردند و خدا را شکر خیلی زود کانون را به جایی رسانند که الان طرف مذاکره‌ی همه‌ی افرادی قرار می‌گیرد که در این حوزه فعالیت می‌کنند.

### آینده کانون را در تولید رسانه‌های دیداری را چطور می‌بینید؟

تا این‌جا تمرکز بیش‌تر روی کار صنفی بوده اما از این به بعد باید دید که آن انرژی و توان ارزش‌مندی که در کانون وجود دارد در حوزه تولید هم خود را نشان خواهد داد؟ افرادی که الان عضو کانون هستند از افراد مهم و برجسته‌ی تولید هستند اما اگر این تولید به کانون متصل و زنجیره شود حتماً اتفاق مهمی را رقم می‌زند باید منتظر بود و دید اما من خوش‌بین هستم زیرا کانونی که جمع همه‌ی تولیدکنندگان مهم است نقطه‌ی درخشان و چشمه‌ی جوشان در تولید خواهد بود.

### جشن‌واره رستا را چطور ارزیابی می‌کنید؟

اصولاً برگزاری این نمایش‌گاه اتفاق خوبی در عرصه فعالیت‌های رسانه‌ای است زیرا افرادی که در اصناف مختلف این پهنه فعالیت می‌کنند و ممکن است حتی سالانه یک‌دیگر را نبینند، این‌جا دیدار تازه می‌کنند و این گردهم‌آیی زمینه‌ی تعامل و همکاری‌های مختلف را ایجاد می‌کند در گفت‌وگوهای رو در رو آثار و برکات فراوانی وجود دارد. در نتیجه، برگزاری این نمایش‌گاه برای هم‌کاری‌های آتی بسیار امیدبخش است.

### چه عواملی می‌توانند برای ارتقاء ماهیت فرهنگی تولیدات تأثیرگذار باشند؟

رشد فکری و فرهنگی تولیدکنندگان، اولین گام در ارتقا تولیدات فرهنگی است تولیدکنندگان باید به واسطه‌ی عوامل مختلف در طول زمان رشد کنند و صاحب‌ایده شوند یا کنار افرادی که صاحب‌ایده هستند قرار بگیرند و تجارب منتقل شود و دوم این‌که زمینه‌ی رشد در نظام فرهنگی فراهم باشد، یعنی نظام فرهنگی کشور هم علاقه‌مند به این باشد که تولیدات فرهنگی قدرت‌مند شکل بگیرد و زمینه‌ی آن را فراهم کنند و با نگاهی اجمالی به ادوار تاریخی می‌بینیم آثار فاخر و برجسته‌ی هنری با تعامل این دو عامل شکل گرفته است.

### اولین حضور کانون تهیه‌کنندگان و تأثیر آن را در نیل به اهداف کانون، چطور ارزیابی می‌کنید؟



## کانون، می‌تواند راه را برای تولید فاخر باز کند



دومین نمایش‌گاه ساترا شاهد حضور بسیاری از اهل فن رسانه اعم از هنرمندان، برنامه‌سازان و مدیران پلتفرم‌ها بود اصحابی که در پی ترقی و ارتقا حرفه‌ای خود دور هم جمع شدند تا با هم افزایشی و تعامل گام‌های موثرتری برای ارتقای توسعه فرهنگی بردارند. یکی از این افراد سونیا پوریامین است که فارغ‌التحصیل دانشکده تلویزیون و از مجریان و تهیه‌کننده مجرب محسوب می‌شود. با ایشان در غرفه کانون در نمایش‌گاه رستا به گفت‌وگو نشستیم:

همه کانون‌هایی که الان تشکیل شدند، کانون‌های نوپایی هستند کمی‌زمان می‌برد تا افکار به هم نزدیک شوند تا بتوانند استراتژی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت را برای خود طراحی کنند. در این شرایط، می‌توان موفق شد فقط در گام اول یک برنامه‌ریزی درست لازم است تا در این زمانه که همه چیز روی برنامه صورت می‌گیرد روی برنامه‌ریزی حرکت کنند تا بعد از مدتی به نتایج دلخواه برسند.

### اولین حضور کانون تهیه‌کنندگان و تأثیر آن را در نیل به اهداف کانون، چطور ارزیابی می‌کنید؟

اساساً معتقدم وقتی که در هر صنفی خرد جمعی وجود داشته باشد، تصمیمات بهتری گرفته می‌شود اما در جامعه ما تمرین کار صنفی نداریم، اگر بخواهیم کار صنفی خوبی انجام دهیم. بله، کانون تهیه‌کنندگان می‌تواند در هم افزایشی و تعامل پیش‌کسوتان این حوزه بایده‌های خلاقانه جدید در تولید محتوا موثر باشد و کارهای ارزشمند انجام دهد. اما متأسفانه در جامعه ما همه کارها روی چرخش سرمایه است و به محتوا و کار فرهنگی فاخر، خیلی اهمیت داده نمی‌شود. کانون می‌تواند برنامه‌سازان را در طبقه بندی‌های مختلف تقسیم کند و تقسیم بندی تیم‌های تخصصی ایجاد کند تا به جاهای مختلف معرفی شوند تا با تجربه و دانشی که دارند بتوانند برنامه سازی کنند.

### آینده کانون را در تولید رسانه‌های دیداری را چطور می‌بینید؟



نیلوفر امینی فر، مجری دهه هشتاد در گفت‌وگو با دیداری نو:

## در کانون تهیه‌کنندگان، احساس امنیت دارم



نیلوفر امینی فر، مجری، برنامه‌ساز و فارغ‌التحصیل فوق لیسانس رشته روان‌شناسی اجتماعی است که در کنار اجرا، سابقه کار در واحد دوبلاژ و بازیگری را هم دارد. در نمایش‌گاه رستا، غرفه کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری، نشریه دیداری نو گفت‌وگویی با خانم امینی فر داشته که در ادامه می‌خوانید:

### است دولتی باشد یا غیر دولتی؟

دوستی و صمیمیت هر جا باشد، خوب است. چه داخل - چه خارج باشد. هر چیزی که افراد علاقه‌مند به این حوزه را درگیر کند یا به آدم‌های اصیل یادآوری کند که ما به یاد شما هستیم، کمک کننده است. نهایتاً، همه‌ی این‌ها می‌تواند مفید باشد. چه داخل و چه خارج - در هر بستری با صمیمیت و بدون سوءنظر می‌توان رشد کرد و ماندگار شد.

### تعامل بین صنوف در حوزه رسانه چه تأثیری در رشد محتوی رسانه دارد؟

همیشه می‌گویند چند فکر بهتر از یک فکر است. شما تصور کنید چند فکر از اندیشه‌ی یک سری افرادی متولد می‌شود که خودشان مملو از ایده و خلاقیت و تجربه هستند. به طور قطع، این تعاملش برنده است.

### ارزیابی شما در چشم انداز کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری چگونه است؟

من این چشم انداز را در صورتی مثبت‌تر می‌بینم که مانا و مستدام باشد و همان قدر اجازه دهد که آدم‌های زیاده‌اجازه‌ی اعمال نظر و فکر داشته باشند و از ورود جوانانی که مستعد و با ذوق و شوق وارد این فضا می‌شوند ممانعت نکنند. خیلی خوشحال شدم از این‌که در این غرفه هم کاران قدیمی‌ام را دیدم به وجد آمده‌ام و برایم قوت قلب و امنیت بود و دلگرمی.

### نظرتان درباره کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری چیست و به نظر شما کانون چه قدر در ارتقاء تولید محتوا می‌تواند موثر واقع شود؟

اول از همه می‌خواهم احساس‌ام را نسبت به این غرفه به طور کلی بگویم. برای ما که حداقل خودمان را با سابقه‌ی بیست سال جزو قدیمی‌های رسانه می‌دانیم، خیلی حس خوش‌آیندی است، زیرا غرفه‌ای را می‌بینیم که در یک فضای نقطه‌امنی وجود دارد که تو را به سمت خود می‌کشاند. وقتی حس می‌کنید در کانون افرادی صاحب‌نظر هم چون اعضای هیئت مدیره و مدیرعامل قبلی و فعلی هستند، حس خوبی را دریافت می‌کنیم. من بسیار خوشحال شدم از این‌که دوستانم مجمعی را تشکیل دادند تا از ایده‌های خلاق حمایت کنند. این دست‌آورد می‌تواند حمایت گسترده‌ای را از اصحاب رسانه رقم بزند.

### آیا قبل از این برای مجریان چنین کانونی وجود داشت؟

به نظرم، شمایل ماکتی داشته است. شاید فضایی را در نظر می‌گرفتند تا مجریان بتوانند حرف‌هایشان را بزنند، اما در واقع، این‌طور نبوده است. به محض این‌که، انتقادی صورت می‌گرفت یا مطالبه‌گری بیان می‌شد، پی‌گیری‌ها متوقف یا رسیدگی نمی‌شد. به همین دلیل، کم‌کم فاصله‌ها بیش‌تر شد و افراد کوچ کردند.

### به نظر شما چنین کانون‌ها و تشکل‌هایی بهتر

رسانه  
سیمای  
ایرانیان



اسکن کنید!



# Vcast

ویکست؛ مرکز نوآوری محتوا

تهران، میدان آزادی، اتوبان لشگری،  
کارخانه نوآوری آزادی، سوله دوم،  
مجموعه ویکست

۰۲۱۴۶۱۱۶۰۲۷

info@vcast.ir

Vcast.ir

## خدمات محتوایی

استراتژی محتوا و کمپین  
تولید محتوای ویدیویی  
محتوای شبکه‌های اجتماعی  
فیلم و سریال انیمیشن  
انیمیشن تجاری  
طراحی و سئو سایت  
خرید رسانه

## استودیو صدا

ضبط صدا  
صداگذاری  
آهنگسازی  
میکس و مسترینگ  
دوبله  
تولید پادکست  
شعرو ترانه

## استودیو تصویر

۶۰۰ مترمربع استودیو برادکست  
۲ ست دوربین Sony و Black magic، دو رزی مجزا  
طراحی دکور و غرفه‌سازی  
برنامه‌سازی تلویزیونی  
روی‌داده آتلاین  
استودیو کروماکی



## نشریه تخصصی حوزه تلویزیون، سینما و تیاتر آگهی می پذیرد:

جامعه مخاطبان:

تهیه کنندگان، کارگردانان، بازیگران، دانشجویان هنری، مسئولین و مدیران فرهنگی و هنری (تلویزیون، سینما، تیاتر و نمایش خانگی)

۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۸۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۷۰/۰۰۰/۰۰۰
۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰

**جلد یک**  
صفحه یک (پشت جلد اول)  
یک دوم صفحه اول (پشت جلد اول)  
یک چهارم صفحه اول (پشت جلد اول)  
صفحات داخلی (کل صفحه)  
یک دوم صفحات داخلی  
یک چهارم صفحات داخلی  
صفحه پشت جلد آخر (جلد سوم)  
جلد آخر (جلد چهارم)

جدول هزینه آگهی  
مجله دیدار نو

(درج قیمت ها به ریال)



## جهت اطلاع از تعرفه های آگهی

+98 919 533 54 35

didarino.magazine@gmail.com

resaneditari@gmail.com

www.ivmpa.com

۲۰ درصد قیمت آگهی	تخفیف اولین حضور	تخفیف آگهی	۱۰ درصد قیمت آگهی	طراحی پوستر توسط کادر هنری مجله (روی جلد: اول، دوم، سوم، چهارم)	هزینه طراحی
۳۰ درصد قیمت آگهی	تخفیف تکرار				
۳۵ درصد قیمت آگهی	تخفیف تکرار در بیش از دو شماره				
۴۰ درصد قیمت آگهی	تخفیف ویژه گروه های تیاتر		۱۵ درصد قیمت آگهی	طراحی پوستر توسط کادر هنری مجله (صفحات داخلی)	



## مجموعه رسانه ای سرو

### استودیو رادیویی

ضبط صدا و موسیقی  
تولید برنامه رادیویی  
ضبط و تولید پادکست  
پخش زنده محتوای صوتی  
ضبط کتاب و مجله صوتی  
دوبلاژ فیلم و سریال  
صداگذاری و آهنگسازی  
رادیو تصویری  
میکس و مسترینگ

### استودیو تلویزیونی

دو استودیو تصویر مجزا، برادکست و کروماکی  
به مساحت ۱۷۰ و ۷۰ متر مربع و ارتفاع ۶ متر  
اتصال فیبرنوری به سازمان صداوسیما  
آکوستیک مطابق استاندارد های صداوسیما  
سیستم های برودتی و حرارتی استودیویی  
منبع برق اضطراری UPS بدون وقفه و قطعی  
اتاق های جانبی: تشریفات، گریم، انباردکور  
امکان استقرار تحریریه و عوامل تولید  
سهولت تردد، دسترسی و فضای پارکینگ

آدرس: بزرگراه شهید حقانی، خیابان سرو، باغ موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس

جهت رزرو با شماره ۸۸۶۵۷۰۶۰ تماس حاصل فرمایید

