

دیداری نو

هفته نامه فرهنگی و هنری کانون تهیه کنندگان رسانه های دیداری
شماره سیزدهم - آذر ماه ۱۴۰۳



دبیر جشنواره دیدار در گفت و گو با دیداری نو:

هدف جشنواره دیدار، ارتقاء کیفیت در حوزه نمایش خانگی است



علیرضا تابش در گفت و گو با دیداری نو:
جشنواره دیدار، پنجره جدیدی برای
مخاطب شناسی است

روز جهانی تلویزیون
تلفیق محتوای تلویزیونی با متاورس

شهرام گیل آبادی در گفت و گو با دیداری نو:
جشنواره دیدار، مقوم تولید در آثار نمایشی
است

میرطاووسی در گفت و گو با دیداری نو:
آثار نمایش خانگی، هویت بخش هستند

جشنواره دیدار بنیان گذار تحولات نو در حوزه آثار نمایشی

محمود گبرلو

«نمایش خانگی» در عصر امروز رسانه‌ها یک قدرت برتر مرتبط با قشرهای مختلف مردم محسوب می‌شود که هم زمینه سرگرمی و تفریح و هم آموزش و تربیت و هم آگاهی بخشی افکار و اندیشه‌های مردم در ابعاد جهانی را فراهم می‌سازد. نظریه‌های مختلفی درباره قدرت «پلتفرم»‌ها در بخش تولید محتوا (نمایش خانگی) وجود دارد. برخی نقش آنها را در تصمیم‌گیری‌های مهم جهانی موثر می‌دانند و برخی نقش آنان را بخاطر حضور قدرت سرمایه و اقتصاد آفتی برای جوامع فکری و تخریب فرهنگ می‌دانند. از سوی دیگر جامعه در شرایطی که به واسطه اینترنت مرزهای فرهنگی برداشته شده و رقابت در ابعاد جهانی مطرح است، بررسی موشکافه نقش نمایش‌های خانگی به خصوص در جامعه ایرانی که سرشار از فرهنگ غنی و تاثیرگذار برای نسل آینده است، ضروری به نظر می‌رسد. متولیان برنامه ریزی فرهنگی می‌توانند با ایجاد بستری مناسب از جمله برگزاری جشنواره‌ها، زمینه برای ایجاد این گفتمان و آسیب‌شناسی و آفت‌شناسی این جریان خزنده پر قدرت فراهم آورند تا با تعیین جهت مشخص و صد البته رونق تولید داخلی با هویت تاریخی اما در ابعاد جهانی از این پدیده فرصت‌ساز بهره‌برد. از این منظر «جشنواره دیدار» می‌تواند پایه گذار اتفاقات جدیدی در بازار جهانی تماشاگر جهانی باشد، گردآوری آثار تولید شده، ارزیابی و آسیب‌شناسی افق آینده، تبادل نظر عوامل تولید و کارشناسان و صاحب نظران، اهدا جایزه به بهترین‌ها برای ایجاد انگیزه و امید در بین تولیدکنندگان، تشویق مجموعه سیستم اقتصادی دولتی و غیردولتی برای سرمایه‌گذاری، تبیین یا اصلاح استراتژی‌های آینده برنامه ریزان فرهنگی، هنری، توجه به دغدغه و خواسته‌های برحق هنرمندان، همراهی و همدلی با جامعه‌شناسان و روان‌شناسان که نقش آرامش بخشی جامعه را به عهده دارند، آگاه‌سازی عمومی و ارتقا زندگی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، حتی تقویت اهداف آرمانگرایی و اعتقادات دینی، مذهبی در ابعاد جهانی، تقویت شبکه تولید و پخش نمایش خانگی در ابعاد جهانی، زمینه‌سازی برای تعامل و مشارکت جهانی، بستر سازی برای پرورش نیروهای انسانی مستعد و خلاق و دهها موضوع دیگر میتواند دستاورد این جشنواره باشد. درک اهمیت موضوع و توجه به موقعیت جهانی و همچنین حمایت جدی و گسترده از سوی نهادها و ارگان و سازمانهایی که متولی رونق فرهنگ و هنر این سرزمین هستند. بی تفاوت بودن و گذر از بحران و یا آسیب‌های به وجود آمده چاره‌ساز مسیر در حال توسعه نیست بلکه آشنایی با پدیده‌های جدید و کشف راه‌های عبور از بحران و پوشیدن زره مناسب، راهکار موفق آمیز و پیروزمند است چون نسل آینده منتظر نمی‌ماند و مسیر خود را از میان طوفان‌ها و موج‌خروشان انتخاب خواهد کرد.

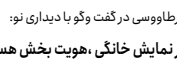


۲ مدیر جشنواره دیدار در گفت‌وگو با دیداری نو: هدف جشنواره دیدار، ارتقاء کیفیت در حوزه نمایش خانگی است



۶ علیرضا تایش در گفت‌وگو با دیداری نو: جشنواره دیدار، پنجره جدیدی برای مخاطب شناسی است

۸ عضو شورای سیاستگذاری جشنواره دیدار در گفت‌وگو با دیداری نو: جشنواره دیدار مقوم تولید در آثار نمایشی است



۱۲ میرطاهری در گفت‌وگو با دیداری نو: آثار نمایش خانگی، هویت بخش هستند



۱۳ محمود گبرلو در گفت‌وگو با دیداری نو: کانون به عنوان یک صنف بدون حاشیه، زمینه ساز تعالی جشنواره دیدار است



۱۵ دکتر رحیمیان ما در تلویزیون برای «چگونه گفتن» ضعف داریم



۱۸ فردرود در گفت‌وگو با دیداری نو: جایگاه تلویزیون آن طور که شایسته است تعریف نشد در گفت‌وگو با صاحب نظران مطرح شد:



۲۱ ضرورت وجود رگولاتوری در صنعت دوبله



۲۴ مهوش افشاری: میزان دریافتی اکثر گویندگان به اندازه کف پایه حقوق مصوب وزارت کار هم نیست

دبیر جشنواره دیدار در گفت‌وگو با دیداری نو:

هدف جشنواره دیدار، ارتقاء کیفیت در حوزه نمایش خانگی است

مریم حضرتی

didarino.magazine@gmail.com



جشنواره‌های فیلم، در هر کشوری از جمله رویدادهای فرهنگی _ هنری است که زمینه ساز رشد صنعت سینمایی و ایجاد ایده‌های نوین در ارتباط با آن حوزه می‌شوند. برگزاری جشنواره‌های فیلم و سینما، نقش مهمی را در توسعه و افزایش کیفیت آثار سینمایی دارند و در واقع محل ملاقات تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مخاطبان است. حضور فیلم سازان و تولیدکنندگان در جشنواره‌ها فرصت مناسبی برای انجام انواع مذاکرات و پیوست‌های فرهنگی، هنری و حتی اقتصادی است. در ایران نیز محصولات فرهنگی ملی در قالب جشنواره‌های مختلف، به رقابت و ارتقا سطح تولید در عرصه‌های ملی و فراملی می‌پردازند. یکی از جشنواره‌های نوین و نوپا در ایران «جشنواره دیدار» است که به همت کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری برای ارزیابی آثار نمایش‌های خانگی در ایران برگزار می‌کند. با مهدی فرجی‌امدیران و تهیه‌کنندگان باسابقه تلویزیون و سینما، رئیس هیئت مدیره کانون تهیه‌کنندگان و دبیر جشنواره دیدار گفت و گویی داشتیم که در ادامه می‌خوانید.

که در گزینش و داوری آثار وجود دارد تا بتوانیم عرصه رقابت را بین هنرمندان ایجاد کنیم، تا این رقابت بر کیفیت تولید آنها تاثیر گذارد. جشن حافظ بیشتر دور همی هنرمندان است که البته ارزشمند است و داوری در آن لزوماً به این معنی نیست که همه ابعاد و جزئیات یک اثر با دقت سنجیده شود.

چرا کانون تهیه‌کنندگان مبادرت به برگزاری چنین جشنواره‌ای کرد؟

در واقع کانون تهیه‌کنندگان، یک مجمع مستقل و حرفه‌ای است که وابسته به هیچ نهادی نیست و به صورت مستقل عمل می‌کند. اعضای این کانون افرادی هستند که در عالی‌ترین سطح به تهیه‌کنندگی مبادرت کرده‌اند و این حرفه را می

مهمترین رسالت و مأموریت جشنواره دیدار چیست؟

جشنواره دیدار می‌خواهد بین آثار نمایش خانگی در سه ساختار: سریال، رئالیتی شو و مسابقه، داوری و ارزیابی انجام دهد و بهترین آثار را انتخاب و معرفی کند. قصد برگزارکنندگان جشنواره و به عبارتی کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری این است که هم بتواند در اثر رقابت بر ارتقاء کیفیت این آثار تاثیر بگذارد و هم به گسترش حوزه نمایش خانگی کمک کند. این مهم‌ترین هدف جشنواره است.

وجه تمایز این جشنواره به سایر جشنواره‌ها مانند جشنواره حافظ یا جشنواره‌های دیگر هم چون فجر چیست؟

جشنواره حافظ جشنی از حضور همه نوع آثار مانند سینمایی، تلویزیونی و غیره است و تمرکز روی گونه‌ای خاص از آثار هنری وجود ندارد. در حالی که اولین تفاوت جشنواره دیدار با سایر جشنواره‌ها تمرکز صرف روی تولید آثار در نمایش خانگی در همین سه ساختار است. دومین تفاوت این جشنواره، با جشنواره‌های دیگر داوری بسیار حرفه‌ای و سخت‌گیرانه‌ای است

قصد برگزارکنندگان جشنواره و به عبارتی کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری این است که هم بتواند در اثر رقابت بر ارتقاء کیفیت این آثار تاثیر بگذارد و هم به گسترش حوزه نمایش خانگی کمک کند.

انشالله، جشنواره دیدار را سالانه و بادبیر خانه دائمی برگزار می‌کنیم.
ترتیب برپایی جشنواره چگونه است؟

جشنواره در برج میلاد با حضور انبوهی از هنرمندان و مردم علاقمند برگزار خواهد شد. اختتامیه روز ۱۷ دی در همان برج میلاد خواهد بود.

انتخاب افراد در شورای سیاست گذاری بر چه اساسی بوده است؟

تلاش کردیم افرادی را انتخاب کنیم که به عرصه هنر، تولیدات نمایشی، تولیدات جذاب رئالیستی شو و مسابقه آشنا و در آن تجربه داشته باشند. افراد صاحب نظر و معتبری که با ایده و تئوری

با برگزاری این جشنواره و قضاوت و داوری آثار علاوه بر کمک به همکاران برای ارتقاء کیفیت تولید، توسعه این صنعت، اشتغال زایی، افزایش سطح فرهنگی آثار، معرفی فرهنگی ایرانی_اسلامی تاثیرگذار باشیم.

شناسند و به تولیدات هنری اشراف دارند. بنابراین فکر کردیم با برگزاری این جشنواره و قضاوت و داوری آثار علاوه بر کمک به همکاران برای ارتقاء کیفیت تولید، توسعه این صنعت، اشتغال زایی، افزایش سطح فرهنگی آثار، معرفی فرهنگی ایرانی_اسلامی و... تاثیرگذار باشیم.

به نظر شما مهم ترین دست آورد این جشنواره چه خواهد بود؟

تصورم این است که بعد از این جشنواره هنرمندان به طور جدی تر به تولیداتشان فکر خواهند کرد. این جشنواره به آنها کمک می‌کند نقشه راه داشته باشند و حتی برای مرتفع کردن برخی از مشکلات که بر تولیدات حاکم است، موثر باشد و می‌تواند تعامل جدی تر و بهتری را بین هنرمندان و پلت فرم ها ایجاد کند. این رویداد حتی می‌تواند تعاملات مؤثرتری بین مخاطبان، کاربران و هنرمندان ایجاد کند و این بازتاب جانبی جشنواره است.

دروه برگزاری این جشنواره چگونه است؟ دائمی، دو سالانه یا بینال است؟ آیا دبیر خانه دائمی خواهید داشت؟





آمار قطعی تعداد آثار معلوم نیست. با توجه به اینکه آثار را از پلتفرم‌ها دریافت خواهیم کرد، هنوز تعداد آثار معلوم نیست اما فکر می‌کنم که در هر ساختاری تا سقف ۳۰ اثر را خواهیم داشت.

آیا در سیاست گذاری ها مدیران و هیات داوران پلتفرم ها نیز حضور دارند؟

در شورای سیاست گذاری مدیران پلت فرها حضور دارند، اما در بین داوران خیر

با توجه به اینکه جشنواره دیدار، اولین دوره خود را رقم می زند، قطعاً سختی های خودش را دارد و نیاز به حمایت دارد آیا حمایتی (مالی و غیر مالی) از جانب ارگان یا سازمانی داشته اید؟

برای برگزاری و سیاست ها از بعضی جاها حمایت داشتیم از نظر مسائل مالی ما از منابع مالی اسپانسرها استفاده کردیم. اما در مجموع برگزاری جشنواره دشواری ها و سختی های خودش را دارد و در سیاست ها با عنایت خداوند تصمیم گیرندگان به ما کمک می کنند.

در شورای سیاست گذاری در بهتر برگزار شدن جشنواره به ما کمک کنند.

فرایند انتخاب هیات داورى چگونه بود؟

ما جلسه دیگری با اعضای شورای سیاست گذاری در پیش داریم که نظرات اعضا را در فرایند انتخاب هیات داورى دریافت و در نهایت داوران را دبیر جشنواره انتخاب می کند، اما از پیشنهادات اعضا کمک خواهیم گرفت.

جشنواره دیدار به دنبال چه نتیجه ای در حوزه فرهنگ و هنر است؟

اول این که ما می توانیم از طریق ارزیابی و داورى آثار، آسیب های حوزه نمایش خانگی را شناسایی کنیم و در رفع این آسیب ها به هنرمندان کمک کنیم. دوم سطح کیفی آثار را ارتقاء دهیم و بتوانیم در توسعه و گسترش این صنعت موثر باشیم.

آیا احتمال بین المللی شدن این جشنواره در سال های آتی وجود دارد؟

هنوز برای این پاسخ زود است، اما درباره این موضوع سخن به میان آمده است و دور از ذهن نیست.

داوری آثار شروع شده است؟ چه مدت زمانی را برای آن در نظر گرفتید؟ و چه تعداد آثار دریافت کرده اید؟

هنوز فرایند داورى شروع نشده است. برای داورى سه هفته پیش بینی کرده ایم و هنوز

اولین تفاوت جشنواره دیدار با سایر جشنواره‌ها تمرکز صرف روی تولید آثار در نمایش خانگی در سه ساختار است.

علیرضا تابش در گفت‌وگو با دیداری نو:

جشنواره دیدار، پنجره جدیدی برای مخاطب شناسی است

علیرضا تابش از سال ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ مدیرعامل بنیاد سینمایی فارابی بود. وی در حال حاضر مشاور قائم مقام وزیر و دبیر ستاد معرفی و آموزش میراث فرهنگی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی است. او اکنون یکی از اعضای شورای سیاست‌گذاری جشنواره «دیدار» است. جشنواره دیدار نخستین جشنواره آثار نمایش خانگی است. به بهانه برگزاری این جشنواره با او به گفت‌وگو نشستیم که می‌خوانید:



برای تعمق بین مخاطبین با فیلم‌ها و سریال‌هایی که در نمایش خانگی با آن سرکار داریم، باشد. در این سالها زمین بازی عوض شد و خیلی‌ها شاید دیگر دوست نداشته باشند که فیلمی را روی پرده سینما ببینند. البته سینما رفتن هم یک آیین و سنت است که مورد توجه مخاطبین بزرگسال و سنین دیگر قرار دارد. اما باید بپذیریم شناخت ذائقه مخاطبین مهم است. یکی از پلتفرم‌ها که اخیرا برخی از داده‌های خود را با ما در میان می‌گذاشت، گفته بود ۶۰ درصد مخاطبین فیلم‌ها و سریال‌ها با گوشی موبایل؛ فیلم را می‌بینند. این اتفاق مهمی در شکل‌کلان است. همچنین در سیاست‌گذاری‌ها و مباحثی که در حاشیه جشنواره می‌تواند بر روی مخاطب شناسی سریال ایرانی جدی کار شود که یک سرفصل مهم برای حوزه نمایش خانگی و سریال‌های ایرانی است. چون در این زمینه کمی از لحاظ محتوایی عقب هستیم و به صورت علمی و عملیاتی بحث باز نشده است. تعداد زیادی از تولیدکنندگان و نویسندگان نمی‌دانند آثارشان از طریق موبایل توسط مخاطبین تماشا می‌شود. اگر در این جشنواره به معادلات مربوط به مخاطب توجه شود، موضوعات می

به نظر شما چه نیاز و ضرورتی به برگزاری جشنواره آثار نمایش خانگی (دیدار) است؟

رویدادهای سینمایی در ایران و جهان، تحت تأثیر ویروس کرونا قرار گرفت. آیین‌های هنری، روش‌های متفاوتی پیدا کرد. رژیم مصرف رسانه‌ای در خانواده‌ها به خصوص در سنین پایین‌تر تغییر جدی کرد و نمایش خانگی و سکوها آن و وی اودی‌ها، پخش برنامه‌های آن لاین به ویژه برنامه‌های سرگرمی مثل فیلم و سریال، یکی از مصارف جدی خانواده‌ها شد. جشن‌واره دیدار می‌تواند محفل و محلی برای ارزیابی دقیق تر تحولات مربوط به حوزه‌های سینمای خانگی و سریال‌هایی که طی این سالها تولید شده، باشد.

در بررسی آثار نمایش خانگی چه معیارها و شاخصه‌هایی را باید در نظر گرفت؟ (مهمترین مولفه‌ها و شاخص‌ها)

این جشنواره می‌تواند تعمق بیشتری به مخاطبین وی اودی‌ها، داشته باشد و فرصتی

تواند به طور جدی مورد بازبینی قرار بگیرد. برای همین این جشنواره را از این باب مفید می دانم و هم چنین این جشنواره چون منظر و پنجره جدیدی برای مخاطب شناسی فیلم ها و سریال های ایرانی در این حوزه است، آن را موثر می دانم. شیوه ارائه محتوی به مخاطب امروزی یعنی چرخش رسانه و چرخش ارائه محتوی که جزو اتفاقات مهم عصر و زمانه است که باید خیلی جدی به این موضوع توجه کرد.

کانون تهیه کنندگان رسانه های دیداری به عنوان یک صنف متشکل از متخصصین حوزه تولید چه قدر در برگزاری این جشنواره شایستگی دارد؟

نقش صدا و سیما و دولت در فضای فرهنگی نسبت به آنچه که در ۲۰ سال پیش بوده تغییرات اساسی کرده است. نسل مخاطبین برنامه های سینمایی و سریال تغییر کرده و ذهنیت عمومی و افکار عمومی که از صنعت فیلم و سریال استفاده می کنند، خارج از کنترل دولت است. از سوی دیگر، تشنگی هم نسبت به مفاهیم جدید وجود دارد که مخاطب دوست دارد ببیند در حال مصرف چه چیزی است. به نظر می رسد برخی معانی؛ رفتار مخاطب، فیلم ساز حتی نهادهای سرمایه گذاری در حوزه فیلم و سریال تولید شده که این مفاهیم نیاز به ارزیابی دقیق تر و دقت بیشتری دارد به گمانم این جشنواره می تواند این تلنگر را داشته باشد و معانی را ترجمه کند.

سهم پلتفرم ها در برگزاری این جشنواره چه می تواند باشد چه در حوزه سیاستگذاری و چه در حوزه پشتیبانی؟

حدود جامعه مخاطب باید روشن شود، این روشن شدن برای سازندگان آثار فیلم و سریال و هم سیاست گذاران مهم است. یعنی با این جشنواره می توان فضای

باید مخاطبان بتوانند به صورت مجازی به فیلم و سریال مورد نظرشان که در این جشنواره دارد عرضه می شود رای دهند. به نظرم صنفی که پشت این جریان است باید به این موضوع هم توجه کند و احترام ویژه بگذارد.

گفتمان و حرکت را به وجود آورد. برای افزایش آگاهی کارگردانان و تهیه کنندگان این مباحث می تواند کمک کند و جشنواره به یک دستاورد فرهنگی ارزشمندی برسد.

هم افزایی و سینرژی میان پلتفرم های اصلی و بزرگ مثل فیلیمو، فیلمنت و نماوا در برگزاری این جشنواره چه نتایجی دارد؟

اصل و اساس اینکه یک صنف و جمعی از پلتفرم ها از این جشنواره ها حمایت می کنند که امر مبارکی است. چرا که جشنواره های صنفی کمتر دچار تغییر و تحولات بنیادین می شوند و راه خود را متناسب با فن اوری در تولید و پخش و ارتباط با مخاطب پیدا می کنند و مسیر خود را ادامه می دهند. از این جهت امیدوارم جشنواره بتواند در سال های آتی با مشارکت بیشتر اصناف، مردمی تر برگزار شود.

همین طور امیدواریم به نظر مخاطبان بها داده شود و آرای مردمی در کنار آرای داوران مورد احترام واقع شود. باید مخاطبان بتوانند به صورت مجازی به فیلم و سریال مورد نظرشان که در این جشنواره دارد عرضه می شود رای دهند. به نظرم صنفی که پشت این جریان است باید به این موضوع هم توجه کند و احترام ویژه بگذارد.

پیشنهاد شما برای بخش ویژه این جشنواره چیست؟

این جشنواره می تواند در بخش فراخوان عمومی مردمی، ایده های مخاطبان را برای ساخت سریال جذب کند و پل ارتباطی بین صاحبان آنها و تولید کنندگان محتوا باشد. حقیقتاً یک جشنواره ای در این قد و قامت می تواند این ارتباط را برقرار کند. بنابراین جشنواره می تواند سکویی برای دریافت ایده های مردم و مخاطبین گمنامی که ایده های جذاب خود را برای جشنواره می فرستند باشد. می تواند چنین رویدادی برگزار شود و صاحبان ایده های برتر، ایده های خود را در مقابل تهیه کنندگان و سرمایه گذاران ارائه دهند. طبعاً در این جلسه ایده های برتر انتخاب و به سمت تولید و سرمایه گذاری می روند. بنابراین ایده ها می توانند پیوند بهتری با پلتفرم ها، تهیه کنندگان، سرمایه گذاران و سازندگان آثار داشته باشند و همچنین ایده های کسب و کار هم می تواند در جشنواره توسعه پیدا کند.

عضو شورای سیاستگذاری جشنواره دیدار در گفت‌وگو با دیداری نو:

جشنواره دیدار، مقوم تولید در آثار نمایشی است

بی‌شک رویدادهای فرهنگی یک جامعه در رشد فرهنگی مردم نقش بی‌بدیلی را ایفا می‌کند و حتی می‌تواند منجر به تغییر سبک زندگی جوامع شود. این رویدادها در کشور ما نیز در سطح ملی و بین‌المللی بسیار مورد توجه قرار دارد تا جایی که اصناف تخصصی این صنعت به صورت خودجوش برای توسعه این حوزه آستین‌ها را بالا زده‌اند. کانون تهیه‌کنندگان رسانه‌های دیداری نیز برای اولین بار در کشور اقدام به برگزاری «جشنواره دیدار» کرده که در آن آثار برگزیده نمایش خانگی داوری و انتخاب خواهند شد. داوران این رویداد فرهنگی از افراد متخصص و صاحب نظر در عرصه سینمایی و فیلم‌سازی هستند. شهرام گیل‌آبادی نویسنده، کارگردان، تهیه‌کننده، نقاش و برنامه‌ساز رادیو و تلویزیون و سرپرست گروه تئاتر «ب»، مدرس کارگردانی و دارای مدرک تحصیلی دکترای پژوهش هنر از دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران و عضو هیئت علمی دانشگاه صدا و سیما، یکی از داوران نخستین جشنواره دیدار است. وی همچنین مدرس کارگردانی، نویسندگی، ارتباطات و رسانه و از مدیران خوش‌نام شبکه‌های رادیویی تهران، جوان، نمایش و مرکز هنرهای نمایشی رادیو است به این بهانه با او به گفت‌وگو نشستیم تا نظراتش را درمورد برگزاری جشنواره دیدار جویا شویم با ما همراه باشید:



به نظر شما ضرورت برگزاری جشنواره آثار نمایش خانگی (دیدار) چیست؟

در دنیای امروز، با توجه به پیشرفت فن آوری، تولید و پخش آثار سینمایی و فرهنگی دچار چالش‌های فراوان شده است. امروزه امکانات هوش مصنوعی و دیجیتال و تولیدات فرهنگی متأثر از آن، موجب تغییرات زیادی در تولید محتوا شده و به تبع آن نیازهای روز بشر هم دست خوش تغییر شده است. بر این اساس، در تولید محصولات فرهنگی انطباق با زمان ضروری به نظر می‌رسد. به طوری که نباید با نگاه گذشته و سنتی موضوعات را بررسی کرد، زیرا وجه جدی که مردم را با خود همراه می‌کند، سرعتی است که در عصر سوپر تکنولوژی وجود دارد و به طور طبیعی اقتضای آن به دنبال آن باید باشد. اصولاً میدان بازی که در ارتباطات نو تعریف شده، میدانی که به طور کل متفاوت از گذشته است. به این دلیل که تمام دنیا در تولید و پخش آثار تصویری سوی تازه ای پیدا کرده اند که بستری اصلی آن دیجیتال است و ارتباطات

اصولاً میدان بازی که در ارتباطات نو تعریف شده، میدانی که به طور کل متفاوت از گذشته است. به این دلیل که تمام دنیا در تولید و پخش آثار تصویری سوی تازه ای پیدا کرده اند که بستری اصلی آن دیجیتال است و ارتباطات جدید، تجارت دیجیتال و اقتصاد خلاق را کاملاً تحت تأثیر خودش قرار داده که بخشی از آن حوزه دراماتیک است.

جدید، تجارت دیجیتال و اقتصاد خلاق را کاملاً تحت تأثیر خودش قرار داده که بخشی از آن حوزه دراماتیک است. پلتفرم‌ها، بخشی از یک سویه جدید است که ما امروزه با آن مواجه هستیم. این سکوها، فیلم‌ها و سریال‌های فراوانی را در درون خود تولید کرده و پخش می‌کنند و به طور طبیعی با شتابی که دارند نیازهای مخاطب را تحت هر شرایطی بدون زمان، مکان و موقعیت پاسخ می‌دهند. بنابراین باید به پلتفرم‌ها توجه کنیم. هدف جشنواره دیدار این است که به تولید حوزه دراماتیک با توجه به بستر دیجیتال توجه داشته باشد و در این شرایط، نیاز به برگزاری این جشنواره، نیازی درون زا است. اگر ارزیابی، ارزشیابی و داوری تولیدات فرهنگی وجود نداشته باشد کیفیت‌ها قربانی کمیت شده و روند تولیدات فرهنگی نزولی می‌شوند. بنابراین تولیدات خوب باید دیده شوند. البته یکی از میزان‌های دیده شدن محصولات خوب، مردم هستند زیرا نمایش خانگی مانند سینما نیست که مخاطبان مجبور باشند آن را در محیط بسته ببینند و برای مخاطب این امکان وجود دارد که به راحتی ارتباط خود را در هر شرایطی با فیلم برقرار کند و آن را ببیند. پس انتخاب مخاطب متفاوت از عالم سینمای آنالوگ و حتی سینمای دیجیتال وابسته به مکان است. اگر به این موضوع توجه کنیم متوجه می‌شویم که جشنواره یکی از نیازهای روز برای ارزیابی، ارزشیابی و داوری آثار، صحنه گذاشتن به مسیرهای درست در تولید بهتر آثار است. از نظر تخصصی، این جشنواره می‌تواند حتی مشاور تولیدکننده باشد تا بهترین ایده را انتخاب و محصول تولید کند،

زیرا ممکن است اهل هنر کاری را برای تولید انتخاب کنند که مورد پسند مردم قرار نگیرند. بنابراین آشنایی با سلیقه و علاقمندی مخاطب می‌تواند کیفیت تولید را افزایش دهد.

به نظر شما در چه بازه زمانی باید این ارزیابی انجام شود؟

این ارزیابی می‌تواند سالانه و به شکل دائم و با سه فرم انجام شود. اول محصولات سال قبل بررسی و ارزیابی شود، در مرحله دوم محصولاتی که دائم در حال پخش هستند مورد ارزیابی قرار گیرد و در نهایت با استفاده از فن آوری‌های جدید ارزیابی را انجام دهیم. یعنی فضای دیجیتال برای دریافت نظرات و داوری مردم به شکل دائم فعال باشد. در نهایت سه فرم داوری در بازه زمانی یک ساله برای این منظور قابل انجام است.

کانون رسانه‌های دیداری به عنوان یک صنف متشکل از متخصصین حوزه تولید، چه قدر در برگزاری این جشنواره محق و شایستگی دارد؟

اگر دولت، تصدی‌گری را از تولی‌گری جدا کند، طبیعتاً این عمل کردها باید در صنوف اتفاق بیفتد. به نظر من اساساً دولت نباید به هر کاری وارد شود و بهتر است روی سیاست گذاری خود متمرکز باشد. رشد صنعت زمانی محقق می‌شود که صنوف و بخش‌های دولتی ذی‌نفع با هم تعامل مناسب داشته باشند. اما متأسفانه با ساختارهایی مواجه هستیم که به بلوغ فکری و سیاست‌گذاری نرسیده‌اند. اگر این بلوغ را مفروض بدانیم و بگوییم تصدی‌گری و تولی‌گری باید از هم جدا شوند و دولت هم آن را قبول

راه پیدا کردند. یعنی سرعت پیش رفت فناوری تا این اندازه شتاب دارد. به نظر می رسد ما در توجه کردن و رفتن به این سمت هنوز عقب افتاده هستیم. وی اودی های متعدد معتبری وجود دارند که چرخش سرمایه آنها در بسیاری از موارد از پول نفت ما بیشتر است و یا به پول نفت ما تنه می زنند. این نوع هلدینگ های تولید محتوایی که در دنیا وجود دارند، آنقدر مهم هستند که تولید محتوا را هدایت و آن را به جامعه مخاطب تزریق می کنند. به عبارت دیگر هر سیاستی را به سیاست قالب تبدیل می کنند. این تولید قدرت تازه به واسطه کدام اهرم شکل گرفته؟ به طور قطع به واسطه علم و عصر سوپر تکنولوژی. پس این ظرفیت ها برای پلتفرم ها وجود دارد و تولیدات شان خواه سریال یا فیلم در جشنواره های مختلف رقابت می کنند.

به نظر شما داوری ها در جشنواره باید به چه صورت باشند؟

برای جشنواره سه سطح داوری را می توان طراحی کرد. اول ارزیابی سالانه است که می تواند منتج به رای شود. سپس داوری های تخصصی که مرسوم است و در آخرین سطح اخذ نظرات مردمی به صورت آنلاین یا در یک بازه زمانی است که می تواند مرجع تشخیص برای فضای داوری باشد. به هر حال داوری ها می توانند در این سه دسته باشند؛ فرم های دیگری هم می توان برای نحوه داوری تعریف کرد. به طور مثال از تعدادی متخصص و عامه مردم دعوت شود تا در مکانی، آثاری را برای آنها پخش کرد و از آنها نظرسنجی گرفته شود. این شکل می تواند فرم متفاوتی از داوری باشد که جا دارد بحث تخصصی در ارتباط با آنها شکل گیرد.

به نظر شما مهمترین وجه تمایز این جشنواره با دیگر جشنواره ها مانند جشنواره حافظ، فجر یا جشنواره های دیگر چیست و یا چه می تواند باشد؟

بعضی از اتفاقات بیشتر شکل مهمانی دارند یکی دوست دارد به مهمانی برود یکی دوست ندارد. اما برخی از رویدادها، صورت و فرم جشنواره ای به خود می گیرند، یعنی تقاطع تخصصی دارند. به نظرم، باید جشنواره را از مهمانی جدا و تخصصی کرد. اگر جشنواره



کند، به یک ساختار مردم باور دست پیدا می کنیم. بخشی از این مردم باوری تخصصی است که صنوف هم شامل آن می شوند. تا زمانی که صنوف مردمی وجود دارند، در واقع حلقه های قدرت مند مردمی وجود دارد. برای رسیدن به محیط کسب و کار سالم و تولید یک اثر هنری با کیفیت، محیط تخصصی باید در تعامل با بخش های مختلف و تصمیم سازی برای سیاست گذاران محور قرار گیرد. اگر این نگاه را داشته باشیم، کانون تهیه کنندگان آثار دیداری به یقین شایستگی دارند که چنین اقدامی را انجام دهند و جشنواره برگزار کنند. برگزاری این جشنواره کمترین کاری است که باید خیلی زودتر انجام می شد. این اقدام باید بتواند روی تصمیم سیاست گذاران، برای ارتقا سطح تولید محصولات فرهنگی- هنری تاثیر داشته باشد.

به نظر شما جایگاه جشنواره هایی که در وی اودی تولید می شوند در دنیا چگونه است؟

جشنواره های متعددی در دنیا به وی اودی ها و تولیدات شان می پردازند، تا جایی که به عنوان مثال اولین فیلم هایی که با هوش مصنوعی ساخته شدند اکنون به جشنواره ها

جشنواره دیداری می تواند حتی مشاور تولیدکننده باشد تا بهترین ایده را انتخاب و محصول تولید کند، زیرا ممکن است اهل هنر کاری را برای تولید انتخاب کنند که مورد پسند مردم قرار نگیرند. بنابراین آشنایی با سلیقه و علاقمندی مخاطب می تواند کیفیت تولید را افزایش دهد.



گذاری قرار گیرد تا سطح کیفیت تولید افزایش پیدا کند. اگر الان بیش از ۱۰۰ وی اودی داریم، باید یکا یک آنها، نسلشان را با جشنواره تعریف کنند. در این صورت جشنواره حتما رشد و نمو پیدا می کند و به نظر می رسد تاثیر مثبتی در وی اودی ها خواهد داشت.

آیا آثار راه یافته به جشنواره نیاز به اکران دارند یا خیر؟ آیا اکران آثار مقدور هست؟

از تمام فضای فرهنگی کشور می توان استفاده کرد و یک هفته جشنواره را تبدیل به یک فضای ملی ایده آل شنیداری و دیجیتالی کرد.

به نظر من اساساً دولت نباید به هر کاری وارد شود و بهتر است روی سیاست گذاری خود متمرکز باشد. رشد صنعت زمانی محقق می شود که صنوف و بخش های دولتی ذی نفع با هم تعامل مناسب داشته باشند.

دیدار بخواهد به آن سمت مهمانی شدن برود از همین حالا حکم مرگ خود را امضا کرده است. این فضا باید فضایی جدی، اساسی و تخصصی در حوزه تولید و پخش محصولات فرهنگی باشد در غیر اینصورت مانند مهمانی های رایجی است که برگزار می شوند.

افق و چشم انداز این جشنواره را برای آینده چگونه ارزیابی می کنید؟

سمت و سوی نگاه این جشنواره حتما باید روی حوزه تولید، سیاست گذاری و پخش تاثیرگذار باشد. در حال حاضر تولید کنندگان در گرداب پخش در حال غرق شدن هستند، چرا! زیرا عملکرد وزارت ارشادی که داعیه کار با اندیشه دینی و حزب الهی را دارد، قربانی شدن فیلم های فرهنگی در پی داشت. در حال حاضر مادر اکران سینماهای کشور هیچ فیلم فرهنگی نمی بینیم، در حالی که افتخار سیاست گذاران به این است که سینمای ایران ۱۵۰۰ میلیارد فروش داشته است. این روند باعث تیرباران سینمای ایران شده است. این طراحی، علاوه بر این که اندیشه و پارادایم های دینی و ملی سینما و هنر را قربانی کرد؛ بلکه سینما و هنر مستقل را هم کشت. یک سیاست گذاری غلط می تواند کشور را در حوزه هنر به انسداد و بن بست برساند. اگر این جشنواره بخواهد موثر واقع شود، به یقین باید سوی فرهنگی خود را فراموش نکند. یعنی از یک سو جشنواره ای نباشد که در دامن سرمایه داران غش کند و از سمت دیگر جشنواره ای نباشد که با شعار آیدئولوژی، مردم را قربانی کند. این دو مطرود است، پس حد وسط را باید پیدا کنند و نقطه راهبردی آن مهم ترین نکته ای است که در جشنواره وجود دارد.

هم افزایی و سینرژی میان پلتفرم های اصلی و بزرگ مثل فیلیمو، فیلمنت و نماوا در برگزاری این جشنواره چه نتایجی دارد؟

همه این سکو ها میزبان جشنواره هستند. اگر حس میزبانی را نتوانیم در آنها به وجود آوریم و احساس میزبانی نداشته باشند حتما این جشنواره دوباره به ثمر نخواهد رسید و هدف آن محقق نخواهد شد. این جشنواره باید جشنواره ای باشد که از یک سمت همه مشفقانه در آن شرکت کنند تا دیده شوند و از سمت دیگر کارهای آنها مورد ارزیابی و ارزش

آثار نمایش خانگی هویت بخش هستند

نماوا ۱۹



مدیریت برخی از پلتفرم ها از اعضای اصلی سیاست گذاری جشنواره دیدار هستند. با حسین میرطاووسی، عضو هیئت مدیره موسسه نماوا و عضو شورای سیاستگذاری جشنواره دیدار درباره اهمیت جشنواره دیدار گفت و گو کرده ایم که می خوانید:

به نظر شما چه نیاز و ضرورتی به برگزاری جشنواره آثار نمایش خانگی است؟

توجه به کیفیت آثار رکن مهمی است که باید مدنظر قرار گرفته شود. چون این ملاک اصلی است که می تواند مخاطب را تا پایان هر مجموعه همراهی کند. در کنار این موضوع فیلم نامه نیز نقش مهمی در تولید آثار دارد. توجه به متن های اقتباسی و یا فیلم نامه هایی که مخاطب را درگیر می کند و تمام ویژگی های درست یک متن را در نظر گرفته است، باید در این جشنواره مورد توجه قرار گیرد. در ادامه مانند قوانین تمام جشنواره ها، بخش های مختلفی هم چون کارگردانی، بازیگری، مباحث فنی و تهیه کنندگی نیز باید در تمام آثار مورد توجه قرار بگیرد. البته در این بخش نظرات مردم و مخاطبین هم باید مورد توجه قرار بگیرد. پلتفرم ها بی واسطه با مخاطبین در ارتباط هستند و آنها در حقیقت به ما هویت می بخشند. پس باید ساز و کاری درست در نظر گرفته شود تا آراء مردمی با صیانت کامل مورد بررسی قرار گیرد.

شبکه نمایش خانگی یک صنعت نوپا است که قطعاً می تواند در آینده نزدیک در ایران به صنعتی تبدیل شود که در کنار کمک به فعالیت مستمر سینماگران در این عرصه، به بازاری بین المللی و ملی تبدیل شود که یک محیط امن برای سرمایه گذاری است. از این رو توجه به آثاری که در این حوزه تولید می شود در جشنواره ها، می تواند در کنار ایجاد انگیزه، فضایی را برای هم افزایی ایجاد کند.

در بررسی آثار نمایش خانگی چه معیارها و شاخصه هایی را باید در نظر گرفت؟

پلتفرم ها بی واسطه با مخاطبین در ارتباط هستند و آنها در حقیقت به ما هویت می بخشند. پس باید ساز و کاری درست در نظر گرفته شود تا آراء مردمی با صیانت کامل مورد بررسی قرار گیرد.



محمود گبرلو در گفتگو با دیداری نو:

کانون به عنوان یک صنف بدون حاشیه، زمینه ساز تعالی جشن واره دیدار است

سارا صادقی

didarino.magazine@gmail.com

حسن برگزاری جشن واره ها در این است که رقابت در هر حوزه ای ایجاد می کند و اکنون جشن واره دیدار در پیش است جشن واره ای که برای اولین بار آثار نمایش خانگی را داوری و انتخاب می کند. نخستین جشن واره آثار نمایش خانگی که با نام جشن واره دیدار است توسط کانون تهیه کنندگان رسانه های دیداری وانجمن صنفی شرکت های نمایش ویدئو برخط، قرار است آذرماه برگزار شود. این جشن واره افراد اهل فن و کارآزموده و نامی این حوزه را برای شورای سیاست گذاری انتخاب کرده است، محمود گبرلو منتقد پیش کسوت سینما هم یکی از اعضای شورای سیاست گذاری این جشن واره است که با او درباره چگونگی برگزاری آن صحبت کرده ایم که می خوانید:

برای جذب بیشتر مخاطب است.

آیا این جشن واره ها در بخش دولتی انجام می شود یا بخش خصوصی؟

به عقیده تحلیل گران امروزه برگزاری جشن واره ها توسط دولت و حاکمیت کاربرد موثری ندارد و بیشتر موجب هدر دادن بودجه است. اما برگزاری جشن واره توسط بخش خصوصی نشان از دلسوزی و تعهد بخش خصوصی برای پیش رفت و ترقی این شبکه و هم دلی و یاری برای رونق فرهنگ و هنر این سرزمین محسوب می شود.

کانون تهیه کنندگان رسانه های دیداری به عنوان یک صنف تشکل متخصصین چقدر در برگزاری این جشن واره محق و شایستگی دارند؟

کانون تهیه کنندگان رسانه های دیداری در

در مسیر تولید انبوه آثار خانگی، سوء استفاده هایی از طرف افراد منفعت طلب برای کسب سودهای سرشار از حوزه فرهنگ و هنر می شود. وظیفه اصلی داوران ضمن توجه به کیفیت آثار، توجه به مفاهیم و انتقال پیام به مخاطب از ضروریات است

به نظر شما چه نیاز و ضرورتی به برگزاری جشن واره آثار نمایش خانگی است؟

نمایش خانگی بعد از جریان کرونا و گسترش شبکه های اجتماعی و پر قدرت شدن سرعت اینترنت جایگاه ویژه ای در بین مردم پیدا کرده و حرف اول را در ایجاد ارتباط با مخاطب می زند. برگزاری هر جشن واره ای بستر را برای آسیب شناسی مسیر طی شده و تبیین و تعیین راهبردهای مورد نیاز رقم میزند.

به نظر شما در چه بازه زمانی باید این ارزیابی انجام شود؟

در بستر جشن واره، صاحب نظران و کارشناسان و به ویژه عوامل تولید می توانند به ضعف ها و قوت خود پی برده و زمینه رشد و ارتقا تولید را فراهم آورند. با توجه به روند تولیدات نمایش خانگی به نظر می رسد جشن واره هر دو سال یک بار باید برگزار شود.

در بررسی آثار نمایش خانگی چه معیارها و شاخص هایی را باید در نظر گرفت؟

از جمله معیارهای ضروری برای ارزیابی آثار جشن واره، توجه به نیاز مخاطب و ارتقا درک و دانش تماشاگر و استفاده از فن آوری های برتر



دارد. اگر متولیان این جشن واره به دنبال ایجاد نمایش تبلیغاتی و منفعت شخصی باشند نه تنها مسیر جشن واره به بی راهه می رود بلکه مسیر تولید آثار خانگی هم دچار انحراف خواهد شد و صد البته خیانت به تماشاگر شریف ایرانی محسوب می شود.

افق و چشم انداز این جشن واره را چگونه ارزیابی می کنید؟

افق آینده جشن واره باید ارتقا آثار در حد بین المللی باشد و از بازارهای جهانی نمایش غفلت نکند

به نظر شما مهمترین وجه تمایز این جشن واره با دیگر جشن واره ها مثل حافظ، فجر و غیره چیست؟

هر جشن واره ای مثل فجر و غیره جایگاه ویژه خود را دارند و قابل قیاس باهم نیستند اما همه جشن واره ها یک وجه مشترک دارند و آن معرفی فیلم سازان و سریال سازان خلاق ایرانی است که با آثار درخشان شان می توانند هم برای تماشاگر ایرانی سرگرمی های جذاب تولید کنند، هم قدرت و توانایی را به رخ بکشند.

حال حاضر یک تشکل مستقل و بدون حاشیه است که می تواند زمینه را برای رشد این جریان فرهنگی هنری تاثیر گذار فراهم آورد.

اعضای هیات داوران چه ویژگی هایی باید داشته باشند؟

ملاک و معیار داوران در وهله اول حفظ و صیانت از هویت و فرهنگ ایرانی در آثار ایرانی باید باشد. طبیعی است که در مسیر تولید انبوه آثار خانگی، سوء استفاده هایی از طرف افراد منفعت طلب برای کسب سودهای سرشار از حوزه فرهنگ و هنر می شود. وظیفه اصلی داوران ضمن توجه به کیفیت آثار، توجه به مفاهیم و انتقال پیام به مخاطب از ضروریات است. افق و آینده ی موفق این جشن واره بستگی به استمرار آن و تعیین راهبرد اصولی و زیربنایی

امروزه برگزاری جشن واره ها توسط دولت و حاکمیت کاربرد موثری ندارد و بیشتر موجب هدر دادن بودجه است. اما برگزاری جشن واره توسط بخش خصوصی نشان از دلسوزی و تعهد بخش خصوصی برای پیش رفت و ترقی این شبکه و هم دلی و یاری برای رونق فرهنگ و هنر این سرزمین محسوب می شود.

دکتر رحیمیان

ما در تلویزیون برای «چگونه گفتن» ضعف داریم



مآنده حضرتی

didarino.magazine@gmail.com

بیست و یکم نوامبر روز جهانی تلویزیون است با دکتر مهدی رحیمیان که سابقه حضور ۵۰ ساله در حوزه تلویزیون دارد به گفت‌وگو نشستیم. ایشان در حوزه برنامه‌سازی تلویزیون سابقه‌ای مطول دارد، از مترجمان و مولفان فعال در حوزه تلویزیون است، دکتر رحیمیان از معدود افرادی است که در حوزه مطالعات تلویزیون تحصیلات آکادمیک دارد، وی از برنامه‌سازان فعال در دهه شصت محسوب می‌شود.

که در بخش سرگرمی مطرح می‌شود، به سراغ تلویزیون می‌رود. چون ارتباط جهانی و ملی را پیدا کنیم و ارتباطات و اطلاعات خود را از طریق آن بگیریم. اما به شکل گذشته نیست چون جنبه سرگرمی تقسیم شده بین پلتفرم‌ها، اینترنت و سایت‌هایی که وجود دارد. اکنون به رغم آنکه وجه خانگی تلویزیون هم چنان مانده است، اما نقش آن کم رنگ شده است. به نظر من حداقل جوامع غربی در بحث تلویزیون موفق بودند چون توانستند این روایت کلی مورد نظر خود را در سطح جهانی، همان طور که در سینما اتفاق افتاد، رایج کنند. به طور مثال هالیوود به عنوان تفکر سینمایی توانست خیلی از مقولات سبک زندگی و آن چه که بشر دنبال آن بود را از طریق تولید فیلم به جهان امروز منتقل کند. پس امروزه می‌بینیم که هم چنان در این قضیه موفق هستند و در دوره‌های مختلف هم توانستند فیلم‌های مختلفی بسازند و این روایت کلی را به کل جهان منتقل کنند. اما در ایران ما متأسفانه خیلی نتوانستیم در این زمینه موفق باشیم. شاید به این دلیل که عملاً

به نظر شما تلویزیون چقدر می‌تواند به عنوان عامل گفت‌وگو بین فرهنگ‌ها و عامل امنیت فرهنگ موثر باشد؟

هشتاد سال از عمر تلویزیون می‌گذرد در این سال‌ها خیلی تغییر ماهیت داده، یعنی از لحاظ کارکردی در جامعه انسانی تغییر وسیعی داشته است؛ در ابتدای امر می‌توان گفت به شدت ابزار ارتباطی بود که می‌توانست جنبه‌های سرگرمی، اطلاع‌رسانی و جنبه‌های آموزشی را در جامعه پوشش دهد، اما به مرور زمان با توجه به اتفاقاتی که در بحث‌های فناوری و پیشرفت‌های مقولات ارتباطی پیش آمد، بخش تلویزیون در این مباحث کم رنگ شد و وظیفه کلی که داشت تقسیم بندی شد ما در حال حاضر تلویزیون را مثل ۵۰ سال پیش نداریم به دلیل اینکه فناوری‌هایی چون اینترنت پیش آمد و در این صورت تلویزیون دچار پسرفت شد. اما تلویزیون یک وجه ماندگار دارد، به دلیل اینکه همیشه به عنوان ابزار ارتباطی مطرح بوده یعنی در جوامع انسانی اولین موضوعی

تلویزیون ما دولتی بوده، در صورتی که در نظام رسانه ای غرب چنین چیزی وجود ندارد. در غرب مخاطبان را تقسیم و روی آنان سرمایه گذاری می کنند. از سوی دیگر برای اینکه سرمایه گذاری انجام شده به سود برسد، با آزادی عملی که دارند خیلی کارها می کنند. کارهایی که عملاً ما در نظام خود نمی توانیم انجام دهیم یعنی نمی توانیم آن گفتگو را سازی و جاری کنیم. شاید برخی اقدامات ما در سطح کشور موثر باشد که البته این تاثیرگذاری نیز طی ۱۰-۱۵ سال اخیر کم شده است، ولی در سطح جهانی، رسانه ملی نمی تواند تاثیرگذار باشد، چون محدودیت هایی دارد و به خیلی از حوزه ها نمی تواند ورود کند، ولی رسانه های غربی در آن حوزه ها ورود می کنند و موفق هستند، چرا که در جوامع مختلف تاثیرگذار هستند.

با توجه به نکاتی که گفتید آیا تلویزیون می تواند در ارتقای سواد فرهنگی نقشی ایفا کند؟

به طور یقین می تواند موثر باشد. تلویزیون ذاتاً می تواند خیلی کارها انجام دهد. قطعاً تلویزیون به عنوان ابزار، ضریب خوبی برای نفوذ در جوامع مختلف دارد. حداقل در بحث آموزش، ارتقاء سطح فرهنگی و سواد رسانه ای می تواند کارهای بزرگی انجام دهد. ما باید در برنامه سازی ها و رویکردی که نسبت به مقولات داریم و در بحث روایت سازی ها بهتر عمل کنیم. به طور مثال در سینمای آمریکا، در بحث روایت سازی، قهرمانان را به شکلی قوی به جوامع دیگر نشان می دهند. اما سینمای ما نتوانسته اینگونه پیش برود. یعنی نتوانسته روایتی که داریم را به جوامع دیگر تزریق کند. درست است که سینمای ما به جشنواره های مختلف رفته است و منتقدان راجع به آن حرف می زنند. اما کدام یک از فیلم ها یا جریان های روایتی ما مستمر و ادامه دار بوده است؟ در رسانه ملی نیز همین وضعیت را داریم. متأسفانه در برنامه

سازی ها هیچ اقدامی که تاثیرگذار باشد نداریم.

مؤلفه هایی که یک تلویزیون با رسالت، دارای مأموریت و استاندارد دارد چیست؟

رسانه به ذات خود می تواند همه این کارها را انجام دهد، اما فقط جنبه ارتباطی می تواند داشته باشد. آن ه که در رسانه وجود دارد محتوا است. در محتوا به عنوان یکی از مؤلفه ها، عملاً نتوانسته ایم کار خیلی مهمی انجام دهیم. هم چنین در بحث روایت و قصه گویی، نتوانسته ایم یک جریانی را مستمر ادامه دهیم، تقویت کنیم و گسترش دهیم. در واقع به صورت عملی کار چندانی نکرده ایم. در سریال ها نیز پراکنده گویی زیاد داریم و از چهره ها بیشتر استفاده می کنیم. از این جهت این سرگرمی برای مردم زیاد جاذبه ندارد، چون روایت را نتوانستیم خوب در بیاوریم. این یکی از مشکلات بزرگ سینما و تلویزیون است. همواره بهانه داریم که اصولاً متن درست و حسابی نداریم. متنی که بتواند تبدیل به سریال، مستند، فیلم، جریان خبری و آموزشی خوب شود. همه این تولیدات احتیاج به متن دارد. ما روی متن خیلی توجه نمی کنیم و یکی از نقاط ضعف ما حداقل همین قضیه است که اصولاً یا متن گریز هستیم و یا به متن اساساً اهمیت نمی دهیم. چون فقط به چهره ها نگاه می کنیم. برای همین سریال های ما از لحاظ تکنیکی، محتوایی و ظاهری به پای سریال های خارجی نمی رسد و نمی تواند که جنبه های سرگرمی داشته باشد. در این خصوص جنبه آموزش هم که سخت تر است.

اگر تصور کنیم تلویزیون می تواند نقش آموزشی هم داشته باشد، آیا می تواند در آگاهی فرهنگی محلی، بینا فرهنگی و تفکر انتقادی نقش ایفا کرده و آموزش های لازم را در این حوزه ارائه دهد؟

بله قطعاً می تواند؛ اما واقعیت این است که آیا کسی هست که در این باره فکر کند که از چه طریق آگاهی ها را منتقل کند؟ از طریق سرگرمی یا آموزش مستقیم یا غیر مستقیم می خواهند این کار را کنند یا از طریق جرقه های کوچکی که هر از چند گاهی به وجود می آید و ما را به فکر وادارد؟ بحث این است که باید گروهی باشند که به این مقوله توجه کنند و روی آن کار کنند. من این موضوع را یک مقدار ضعیف می بینم چون روی این موضوع کار نمی شود وگرنه مانند ابزار بستگی دارد در زندگی چگونه از آن استفاده می کنید. به نظر من آن وجه انسانی متفکری که پشت آن قرار

تلویزیون یک وجه ماندگار دارد، به دلیل اینکه همیشه به عنوان ابزار ارتباطی مطرح بوده یعنی در جوامع انسانی اولین موضوعی که در بخش سرگرمی مطرح می شود، به سراغ تلویزیون می رود. چون ارتباط جهانی و ملی را پیدا کنیم و ارتباطات و اطلاعات خود را از طریق آن بگیریم.



می گیرد ضعیف است و هنوز روی آن کار نکرده ایم و اساساً هنوز ذات تلویزیون را نشناخته ایم.

با توجه به نکاتی که اشاره کردید، رسالت و مأموریت تلویزیون فقط سرگرمی است یا می تواند نقش هدایت افکار را هم داشته باشد؟

ابزار ارتباطی همه این ها را زمانی می تواند در بر گیرد که شما مستقیم آموزش ببینید و زمانی هم هست که غیر مستقیم آموزش می ببینید. اگر تلویزیون بخواهد واقعا تاثیرگذار باشد، از طریق سرگرمی بهتر می تواند موثر باشد. به طور مثال سبک زندگی را در نظر بگیرید؛ اگر با مقوله های نمایشی بر روی سبک زندگی تاکید کنیم و بتوانیم آن را خوب عرضه کنیم، قطعاً تاثیرات عمیق تر و دراز مدت می گذارد. تاثیرات کوتاه مدت و کم عمق را با چیزهای دیگر می توانیم از سر خود بگذرانیم. با این حال به نظر من تلویزیون همچنان قدرت و توانایی دارد به دلیل اینکه ابزاری است که ضریب نفوذ خوبی در جوامع دارد. شما کمتر خانه ای را می بینید که در آن تلویزیون نباشد. اما اینکه چقدر آن را روشن می کنند و به آن توجه می شود، به برنامه هایی که از آن پخش می شود، بستگی دارد. ما می توانیم از طریق برنامه های مختلف، افراد را جذب کنیم و از این طریق حرف خود را بزنیم. اما اول باید مخاطب را جذب کنیم که از جمله موارد مهم است. چون دیگر مثل هشتاد سال قبل نیست که فقط یک ابزار تصویری مثل تلویزیون داشته باشیم، امروزه با فناوری هایی مانند موبایل، کامپیوتر و ابزار های دیگری روبه

رو هستیم که می توانند جایگزین تلویزیون شوند و یا حداقل سهم تلویزیون را از رفتارهای اجتماعی شما بگیرد. پس کار تلویزیون سخت تر خواهد شد. چهل سال پیش پلتفرم وجود نداشت که کار تلویزیون را انجام دهد، اما امروزه نتفلیکس، آمازون و امثال آنها را داریم که سریال های قوی و موثر می سازند. گرچه همه این ها از طریق تلویزیون دیده می شود؛ این باری بر دوش رسانه ها است که هر کدام شاخه ای شدند که بهتر می توان از آنها استفاده کرد. در حال حاضر پلتفرم های ما هر کدام یک ساز می زنند و رسانه هم ساز دیگری می زند که با هم در تضاد هستند و در یک راستا حرکت نمی کنند. اگر جنبه های سرگرمی را نگاه کنید، می بینید پلتفرم های ما جاذبه بیشتری دارند، اما این جاذبه ها در سریال های تلویزیون کمتر وجود دارد. به همین دلیل پلتفرم ها راحت تر جلو می روند و بدون خط مشی، هر کدام برای خود کاری انجام می دهند. این مشکلاتی که برای رسانه ما به وجود آمده همه برمی گردد به اینکه ما به متن توجه نکردیم. منظور من از متن، دیالوگ ها است. واقعیت قضیه این است که ما روی آن کار نکرده ایم. گفتن یک حرف خوب یک موضوع است و اینکه آن را چگونه بگوییم موضوع دیگری است. به طور مثال بگوییم «جامعه باید وحدت داشته باشد» یک حرف خوبی است. حال باید این حرف خوب را چگونه منتقل کنیم که تاثیرگذار باشد؟ ما در این بخش «چگونه گفتن» ضعف داریم.

به نظر شما تلویزیون تا چه میزان می تواند در ایجاد ثبات، امنیت و صلح موثر باشد؟

تلویزیون به شدت می تواند در طرح این مباحث موثر باشد، چون ذات آن چیزی است که همه دارند و می تواند ابزار ارتباطی خوبی باشد. در دنیا می بینید که رسانه ها خیلی روی افکار عمومی تاثیرگذار هستند. حالا عده ای ممکن است به رسانه ها نگاه نکنند یا اعتقادی به آنها نداشته باشند و شاید نظر عکس داشته باشند. ولی شما در ارتباط با خیلی از مقولات امروزی دنیای ما، می بینید که رسانه ها افکار عمومی را در دست دارند و آن گونه که می خواهند کنترل می کنند. پس تلویزیون هم این قدرت را دارد. در دوران جنگ و در دهه شصت تلویزیون در بسیج و وحدت بخشی و انسجام مردم خیلی موثر بود. در دنیای امروز نیز تلویزیون می تواند در افکار عمومی تاثیر بگذارد. قاعدتاً روی بحث امنیت هم تاثیر می گذارد و نگرش ها را تغییر می دهد.

جایگاه تلویزیون آن طور که شایسته است تعریف نشد

به مناسبت روز جهانی تلویزیون گفت‌وگویی با حسین فردرو، کارگردان و تهیه‌کننده تلویزیون داشتیم. کسی که از مجموعه کارهای به یاد ماندنی او می‌توان به محله برویبا و محله بهداشت، اتاق انتظار، شکوفه‌های دوستی، جُنگ هفته، خیرالله صدوقچه اسرار، دسیسه، دندان طلا، شما و سیما، شکوفه‌های دوستی و باجناق‌ها اشاره کرد.



رابطه با سریال‌ها، تلویزیون دارد جایگاه خود را به پلتفرم‌ها می‌دهد. ولی روزی می‌آید که سریال‌ها پخش مستقیم شوند. در این صورت تلویزیون می‌تواند دوباره جایگاه خود را پیدا کند. کما اینکه من به شخصه به طرخی رسیده بودم اما متأسفانه جایگاه تلویزیون ما آن طور که باید تعریف نشده که بتوان در آن کارهای نو انجام داد، وگرنه می‌توانستیم مانند کشورهای که تولیداتشان را با دیگر کشورها به مشارکت می‌گذارند، تولیداتی در سطح بین‌المللی داشته باشیم. چرا که کارگردانان، نویسندگان و تهیه‌کنندگانی توانا داریم. امیدوارم در آینده نزدیک با وجود نخبگانی که در حوزه تولید داریم، از این جایگاه عقب‌نمانیم.

مؤلفه‌هایی که یک تلویزیون با رسالت و دارای مأموریت استاندارد دارد چیست؟

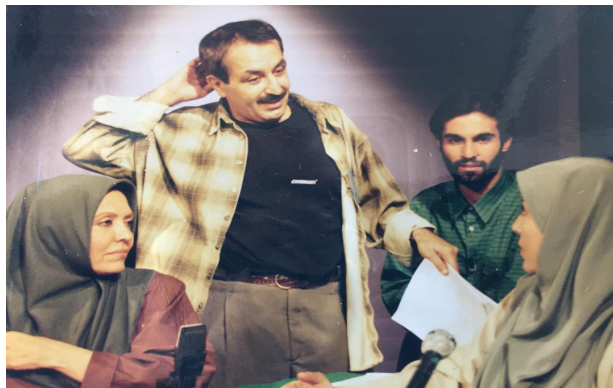
طبیعی است که صاحب فرستنده، سرمایه‌گذار و اسپانسر اهدافی را دنبال می‌کند. اما این تهیه‌کنندگان هستند که باید در جهت تعامل مردم با اهداف حکومت تلاش کنند. به این صورت که

اکنون تلویزیون جای خود را در برنامه‌های هنری و ورزش حفظ کرده است. اکنون برای فوتبال به صورت زنده در سراسر دنیا برنامه‌های پخش مستقیم انجام می‌شود

به نظر شما تلویزیون چه قدر می‌تواند به عنوان عامل گفت‌وگو بین فرهنگ‌ها موثر باشد؟

این سوال مطرح می‌شود که آیا تلویزیون در این حوزه موثر بوده و آیا باز هم می‌تواند موثر باشد؟ در پاسخ باید گفت از دیدگاه تاریخ، تا به امروز حوزه ارتباط جمعی تحولات فراوانی را شاهد بوده ایم. مثال بارز آن سیر تحول ارتباطات از زمانی که پیام از فرد به فرد دیگر منتقل می‌شد، تا اختراع خط و نگارش، تا ظهور وسایل ارتباطی الکترونیک و ایجاد تغییر علائق شخصی است. با ظهور وسایل ارتباطات الکترونیک، اطلاع‌رسانی سریع در جهان ممکن شد. تلویزیون به عنوان یکی شاخص‌ترین وسایل ارتباط جمعی، اتفاقات زنده را به روز کرد. به این ترتیب اکنون همه در سراسر جهان می‌توانند از حوادث و رویدادها در دیگر نقاط جهان در کوتاه‌ترین زمان ممکن مطلع شوند. این موضوع به ظهور فناوری‌هایی چون اینترنت برمی‌گردد. اکنون تلویزیون شاید بتواند به کمک اینترنت دوباره به وسیله‌ای ترکیبی تبدیل شود. با این وجود آنچه که مسلم است، کمبودی را برای مردم ایجاد کرده است. در حال حاضر، جای سریال‌هایی که مردم با شخصیت‌های آنها ارتباط مشترک پیدا کنند، خالی است. در شرایط حاضر تلویزیون جای خود را در برنامه‌های هنری و ورزش حفظ کرده است. اکنون برای فوتبال به صورت زنده در سراسر دنیا برنامه‌های پخش مستقیم انجام می‌شود. اما در کشور ما، شاهدیم که نسبت به موسیقی توجه چندانی وجود ندارد و برای آن تبلیغات نمی‌شود. در

این افتخار نیست که می‌گوییم تلویزیون ملی خود را نگاه نمی‌کنیم. ولی به گونه‌ای شده که عده‌ای عملاً بیان می‌کنند جایی که باید پیامی فرستاده شود که عامل وحدت ملی و اطلاع‌رسانی درست باشد، اگر آن اعتماد وجود نداشته باشد آن جامعه به فروپاشی می‌رسد



برنامه‌هایی بسازند، که مردم و حکومت راضی باشند. من چون در فضای دانشگاه تدریس می‌کنم شاهد این واقعیت هستم که آقایان مدیر، فقط در جهت اهداف حکومتی تلاش می‌کنند. اهداف حکومتی وقتی که از صمیم قلب انجام نشود و اعتقاد در آن نباشد، شتاب زندگی و شعاع زندگی از آن بیرون می‌زند. به نظر من یکی از راه‌های درست این است که ما تهیه‌کنندگانی داشته باشیم که در ارتباط با رسانه و حکومت، با مردم نیز داشته باشند و در این راستا تلاش کنند. اگر یکی از موارد مود توجه قرار نگیرد، تولید از حالت استاندارد خارج می‌شود.

ایجاد ثبات امنیت و صلح موثر باشد؟

بی‌نهایت، برای همین وقتی می‌شنوم که با افتخار می‌گویند «تلویزیون را نگاه نمی‌کنم»، بی‌اندازه ناراحت و نگران می‌شوم و نمی‌دانم چرا ما متوجه نیستیم. این افتخار نیست که می‌گوییم تلویزیون ملی خود را نگاه نمی‌کنیم. ولی به گونه‌ای شده که عده‌ای عملاً بیان می‌کنند جایی که باید پیامی فرستاده شود که عامل وحدت ملی و اطلاع‌رسانی درست باشد، اگر آن اعتماد وجود نداشته باشد آن جامعه به فروپاشی می‌رسد. به نظر من خیلی اهمیت دارد که آن را تبلیغ کنیم تا مردم با تلویزیون آشنایی کنند. اینکه برخی می‌گویند «ما فقط آی فیلم و برنامه‌های گذشته را نگاه می‌کنیم» اصلاً درست نیست. به نظر من همه یک بار باید اخبار ایران را نگاه کنند و حوزه خبر هم باید شایستگی خود را نشان دهد. اخیراً بعضی ارتباطات درست است یک جاهایی هم دست رسانه و کانال‌های خارج از کشور دارد رو می‌شود که معلوم شده که اهداف غیر ملی دارند آدم بسیار متاسف می‌شود که حرف‌های آن ضد ملی است اگر مردم دقت کنند می‌بینند که باید نسبت به داشته‌های ملی خود جدی‌تر باشیم و پای آن بایستیم مردم به جای آنکه بگویند ما تلویزیون نگاه نمی‌کنیم ضعف‌های آن را بگویند. به وضعیت تهیه‌کنندگی در تلویزیون نگاه کنید؛ تعداد تولیدات بسیار زیاد است. افرادی هستند که به عنوان تهیه‌کننده سوارموتورسیکلت از این کانال به کانال دیگری می‌روند و برنامه می‌سازند. ولی اسم آن در تعریفی که به نام برنامه داریم نمی‌گنجد.



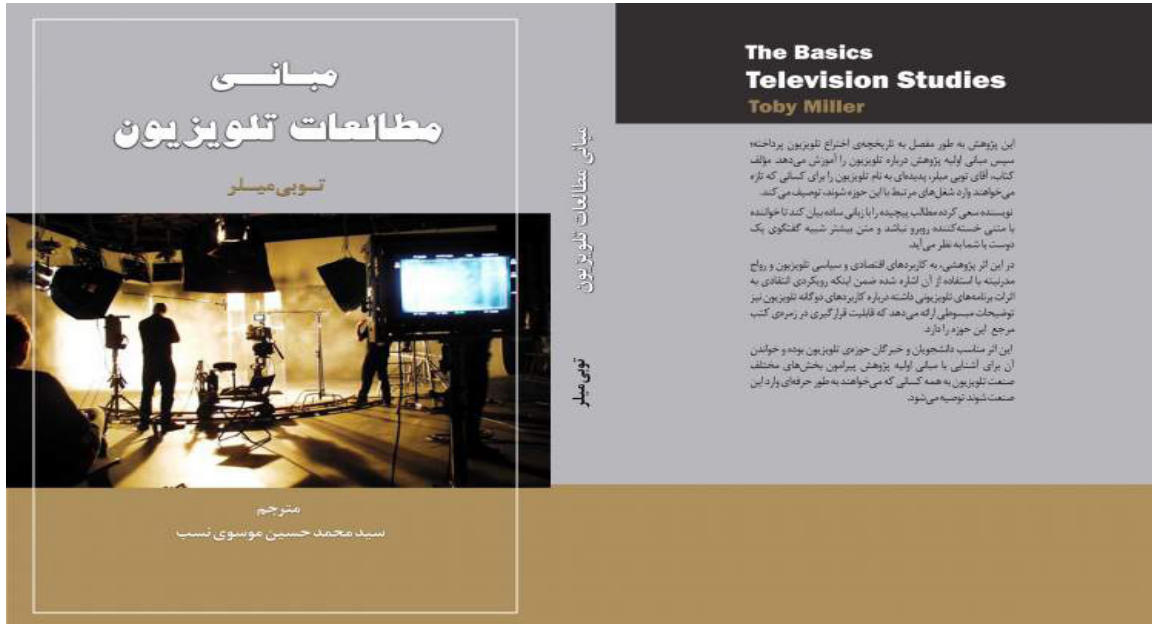
با توجه به نکاتی که اشاره کردید ماموریت تلویزیون فقط سرگرمی است یا می‌تواند نقش هدایت افکار هم داشته باشد؟

سرگرمی، جذابیت تلویزیون است. حتی اخباری که اطلاع‌رسانی آن به شکل برنامه‌های تجزیه و تحلیل و گفت‌وگو محور هستند، جذابیت دارند. اما باید جذابیت به آن صورت که ما آن را در زندگی می‌بینیم و باور می‌کنیم وجود داشته باشد. هدایت افکار به این صورت که بگوییم «ما می‌خواهیم ارشاد کنیم» اتفاق نمی‌افتد. شاید تلاش می‌کنیم، ولی موفقیت حاصل نمی‌شود. باید آن اصول اخلاقی را که جامعه به آن اعتقاد دارد، در همان زمینه رعایت کنیم. ما نه سینمای رادیویی نه رادیوی مصور هستیم، بلکه وسیله‌ای هستیم که عده‌ای وقتی می‌گفتند برای تلویزیون عاملی به نام دستگاه ضبط یا مونتاژ به وجود می‌آید لطفی در حق تلویزیون نشد، تلویزیون خیلی زنده است پس هر چقدر زنده‌تر باشد موفق‌تر است اما ما دوره‌ای برنامه‌هایی را ضبط کردیم، بعد به فکر ممیزی انداختیم که آن را سانسور کنند، نتیجه آن شد برنامه‌ای که سال ۱۳۷۲ ساختیم یک مقداری از آن در سال ۸۹ حذف شد و سال ۹۲ بخش دیگر آن حذف شد در واقع نتیجه آن به گونه‌ای شد که از لحاظ اجرایی نمی‌توانیم تعریف مشخصی از آن داشته باشیم که چه چیزی درست است؟

به نظر شما تلویزیون چه میزان می‌تواند در

معرفی کتاب

مبانی مطالعات تلویزیونی



**The Basics
Television Studies**
Toby Miller

این پژوهش به طور مفصل به تاریخچه اختراع تلویزیون پرداخته سپس مبانی اولیه پژوهش درباره تلویزیون را آموزش می‌دهد مؤلف کتاب آقای تویی میلر، پدیده‌ای به نام تلویزیون را برای کسانی که تازه می‌خواهند وارد دنیای تلویزیون شوند با این حوزه توصیف می‌کند.

نویسنده سعی کرده مطالب پیچیده را با زبانی ساده بیان کند تا خواننده با متنی گسسته‌کننده روبرو نشاند و متن بیشتر شبیه گفتگوی یک دوست با شما به نظر می‌آید.

در این اثر پژوهشی، به کاربردهای اقتصادی و سیاسی تلویزیون و رواج مدرنیته یا استفاده از آن اشاره شده ضمن اینکه رویکردی انتقادی به اثرات برنامه‌های تلویزیونی داشته درباره کاربردهای دوگانه تلویزیون نیز توضیحات مبسوطی ارائه می‌دهد که قابلیت قرارگیری در رده کتب مرجع این حوزه را دارد.

این اثر مناسب دانشجویان و محققان حوزه‌ی تلویزیون بوده و جویس آن برای کسانی با سبکی اولیه پژوهش برآمده بخش‌های مختلف صنعت تلویزیون به همه کسانی که می‌خواهند به طور حرفه‌ای وارد این صنعت شوند توصیه می‌شود.

مبانی مطالعات تلویزیونی

تویی میلر

مترجم

سید محمّد حسین موسوی نسب

حوزه تلویزیون
برخی از موضوعات مطرح شده در کتاب بدین شرح است:

- پیشینه و فن آوری پخش
- نهادهای مسئول و مالکیت تلویزیون
- ژانر و محتوا
- مخاطبان

یکی از نکات مهم کتاب مبانی مطالعات تلویزیون اثر میلر، بررسی نظریه‌های اصلی و مباحث موجود پیرامون تولید و درک پیام در گذشته است، به طرزیکه آینده تلویزیون را نیز بررسی می‌کند.

نشریه دیداری نو مطالعه این کتاب را به تهیه کنندگان و مدیران تلویزیون توصیه می‌کند.

روز جهانی تلویزیون بهانه‌ای شد تا در بخش معرفی کتاب به موضوع مطالعات تلویزیون بپردازیم؛

عصر امروز را گرچه عصر پسا تلویزیون می‌نامند، اما تلویزیون هم چنان به عنوان یک رسانه قدرت مند، روی مخاطبان خود اثر می‌گذارد و طرفداران زیادی دارد.

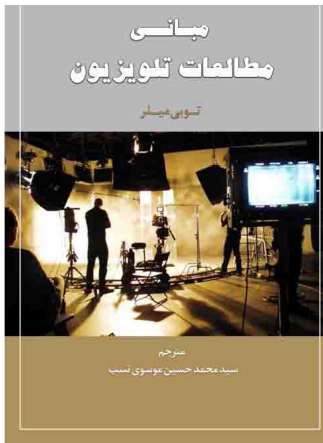
کتاب مطالعات تلویزیون برگردان فارسی کتاب Television studies: The Basics

نوشته تویی میلر در حوزه مطالعات تلویزیون است. در این اثر ارزشمند میلر پدیده‌ای به نام تلویزیون را برای کسانی که تازه می‌خواهند وارد انواع حرفه‌های مرتبط با آن شوند توصیف می‌کند.

ترجمه روان و استفاده از زبان قابل فهم و سادگی متن از ویژگی‌های خوب این کتاب است.

کتاب مطالعات تلویزیون با مبنای پایه با ترجمه خوب آقای سید محمد حسین موسوی نسب انجام شده است، نگاهی جامع به مباحث اصلی رشته مطالعات تلویزیون دارد. رشته‌ای که در کشور ما سابقه چندانی ندارد و ادبیات موجود در این حوزه هم به طور عمده خارجی و وارداتی می‌باشد.

در این کتاب میلر بررسی آگاهانه این رشته دانشگاهی را با ابتکاراتی ناب ترکیب کرده است؛ محتوای کتاب هم ظرفیت بهره‌برداری برای دانشجویان را دارد و هم اساتید و خبرگان



در گفت‌وگو با صاحب نظران مطرح شد:

ضرورت وجود رگولاتوری در صنعت دوبله



دوبله (صداگذاری) یا دوبلاژ یک فرایند پس از تولید است که در صنعت فیلم سازی و تولید ویدئو و تله ویزیون انجام می‌شود. به کلیه خدماتی که برای تغییر صدا و تغییر زبان یک فیلم مورد استفاده قرار می‌گیرد، دوبله گفته می‌شود و به صداگذاری مجدد یک فیلم یا انیمیشن و تغییر صدای اصلی و جایگذاری صدای صداییشه بر روی آن شخصیت را دوبلاژ می‌گویند. دوبله در ایران دارای پیشینه قوی و ارزشمندی است. دوبله‌های ایرانی در ردیف بهترین دوبله‌های جهان قرار دارند که بسیاری از آنان جزء چهره‌های ماندگار هستند. با توسعه پلتفرم‌ها و سکوها این صنعت به این حوزه و دیگر محیط‌های انتشار نیز ورود پیدا کرده است. این گزارش در مورد نیاز رگولاتوری دوبله در سکوها و پلتفرم‌ها هم چنین تلاش برای پرورش جوان‌ها و حفظ کیفیت سابق دوبله است که با هم می‌خوانیم: ماندن در حرفه دوبله و گویندگی بدون علاقه امکان‌پذیر نخواهد بود. فرشید شکیبیا چند سالی است مدیریت دوبلاژ تلویزیون را برعهده دارد. او پیش از این قائم مقام سیمای استان‌ها بود. از دیگر فعالیت‌های شکیبیا می‌توان به مدیرکلی طرح و هماهنگی تولید سیمای استان‌ها، مسئول شورای ورزش شبکه‌های استانی و عضو شورای ورزش سازمان صدا و سیما، دبیر شورای مجریان شبکه‌های استانی صدا و سیما و عضو کمیته سینمایی اداره کل بازرگانی صدا و سیما اشاره کرد. در خصوص دوبله و نیاز رگولاتوری دوبله گفت و گویی با او داشتیم که در پی می‌آید.

مفهوم رگولاتوری دوبله به چه معناست؟

برای اینکه معنی دقیقی از رگولاتوری داشته باشیم باید بگوییم که هدایت یا کنترل بر اساس قانون در اصل یک سازوکار برای کارکرد دقیق است. این روزها علاقه مندان زیادی در سراسر ایران به دوبله وجود دارند که هر کدام به شیوه‌ای علاقه خودشان را به این هنر نشان می‌دهند و برخی حتی فراتر خودشان نیز فیلم‌های کوتاه یا بلندی را به شکلی دوبله می‌کنند. علاوه بر این سایت‌ها، وی‌اودی‌ها، پلتفرم‌ها و سکوهایی نیز با برخی از هنرمندان یا افرادی آثاری را انتخاب و دوبله می‌کنند. اما باید دید که آیا این عزیزان صلاحیت حرفه‌ای این کار را دارند؟ آیا

با روش‌های دوبله آشنا هستند؟ آیا در انتخاب واژه‌ها در ترجمه آثار تجربه و تخصص کافی دارند؟ اساساً کدام نهادی بر اینگونه فعالیت‌ها نظارت می‌کند باید سازوکار دقیقی برای کارکرد حرفه‌ای این هنر باشد تا سبب نشود آثاری کیفیت عرضه شود. بدون شک رگولاتوری دوبله می‌تواند نقش مهمی در توسعه دوبله داشته باشد و ما شاهد دوبله آثار با هنرمندی باشیم.

با توجه به توسعه وی‌اودی‌ها و پلتفرم‌ها و سکوها آیا شما فکر نمی‌کنید ما نیازمند رگولاتوری در دوبله هستیم؟

قطعاً رگولاتوری باید با دقت بیشتری انجام شود



باید تاسیس شود؟

این مرکز به دو شکل فعال است دوبلاژ تلویزیون و انجمن گویندگان گفتار فیلم دو نهاد رسمی است که در این خصوص فعالیت می کنند اما لازم است در نحوه آموزش و دوبله نیز نظارت جدی شکل بگیرد که در حال هماهنگی های لازم با ساترا هستیم تا این مهم نیز به شکلی اجرایی شود.

چاره کار برای ایجاد نظام رگولاتوری دوبله در ایران چیست؟

این روزها متأسفانه شاهد این هستیم که هر کسی بدون داشتن رزومه ای خاص کلاس های گویندگی یا دوبله برگزار می کند که امیدوارم این موضوع مورد بررسی قرار بگیرد که این افراد با مجوز کدام نهاد این کلاس ها را برگزار می کنند سرفصل های آموزشی آنها چیست و علاقه مندان پس از دوره های آموزشی چه کارکردی دارند و برای آنها چه برنامه ای وجود دارد. صرفاً کلاس آموزشی نمی تواند موثر باشد و باید به صورت عملی نیز افراد آموزش ببینند تا پس از آموزش آزمون های حرفه ای از آنها گرفته شود. ساترا به عنوان نهاد اصلی با همکاری بخش های فعال در این بخش باید به سرعت در این خصوص قوانین مشخصی را اعلام کند.

وضعیت دوبله در پلتفرم ها را چگونه ارزیابی می کنید؟

پلتفرم ها به دلیل علاقه مردم به تماشای دیدن فیلم و سریال های جذاب این آثار را دوبله می کنند، اما باید بگویم به دلیل رعایت نشدن اصول حرفه ای دوبله از جمله ترجمه خوب، انتخاب گویندگان حرفه ای بر اساس شخصیت های فیلم، آثار دوبله شده کیفیت لازم را ندارند. هم چنین پلتفرم ها به دلیل نگاه های بعضاً اقتصادی با سرعت و بدون توجه به کیفیت تلاش می کنند تا آثار صرفاً دوبله شوند،

تا این هنر با همان کیفیت سابق حفظ شود چرا که اگر رگولاتوری نباشد و فرآیند دوبله به صورت حرفه ای رعایت نشود روز به روز از کیفیت دوبله ها کاسته خواهد شد و ما دوبله هایی را خواهیم دید که مخاطبان را جذب نخواهد کرد و سبب بی توجهی به این هنر خواهد شد. حالا که توسعه سکوها را در کشور شاهد هستیم همان طور که در عرضه برنامه ها، فیلم و سریال ها رگولاتوری انجام می شود در دوبله نیز این مهم باید مورد توجه قرار بگیرد.

با توجه به گسترش تولیدات زیرزمینی در محیط های اینترنتی، شبکه های مجازی ما شاهد پدیده ای به نام دوبله های زیرزمینی هستیم آیا تصور نمی کنید که این ها باید روزمینی شوند صلاحیت حرفه ای آنها توسط یک صنف، انجمن و تشکل مثل انجمن دوبله ایران تایید شود و بعد از اخذ مجوز شروع به کار کنند؟

اصطلاح زیرزمینی در هنرهای مختلفی شکل گرفت اما به مرور سازوکار دقیقی برای آنها انتخاب شد همانند خواننده های زیرزمینی که دوره ای فعالیت می کردند و سپس فعالیت ها شکل دیگری به خود گرفت. در حال حاضر انجمن گویندگان گفتار فیلم، نقش جدی در جذب و آموزش گویندگان گفتار فیلم یا دوبلور دارد علاوه بر این نیز در تلویزیون از ابتدای امسال بیش از ۲ هزار نفر تست داده اند تا به مرور پس از آزمون های مختلف جذب و آموزش داده خواهند شد. اما یک تصور غلطی وجود دارد که هر کسی تصور می کند بجای یک شخصیت صحبت کند دوبلور است در حالی که دوبلوری کاری به شدت سخت و حرفه ای است که به مرور و پس از کسب تجربه بدست می آید و فضای کافی برای رشد آنها وجود دارد.

آیا فکر نمی کنید که یک مرکز قوی، رسمی و با مجوز برای آموزش افرادی که برای دوبله انتخاب شده اند و یا در این حوزه مشغولند

اگر رگولاتوری نباشد و فرآیند دوبله به صورت حرفه ای رعایت نشود روز به روز از کیفیت دوبله ها کاسته خواهد شد و ما دوبله هایی را خواهیم دید که مخاطبان را جذب نخواهد کرد.

در حالی که باید معیارهای لازم برای دوبله خوب رعایت شود. امیدوارم این عزیزان هم با احترام به مردم کشورمان آثار را با کیفیت خوب دوبله و عرضه کنند.

با توجه به تاریخچه دوبله در ایران، آیا فکر نمی‌کنید ما دچار افت خیزهایی شده ایم؟

بدون شک هنرمندان بزرگ ایران د دوبله همیشه موفق و زبان زد بودند و برای حفظ و ارتقاء آن در طول سال‌های مختلف تلاش‌هایی شده است اما لازم است این مهم با همکاری نهادهای موثر بیش از پیش مورد توجه قرار بگیرد ما در سال‌های گذشته برهی از پیش‌کسوتان دوبله را از دست دادیم و پیش‌کسوتانی که در حال حاضر هستند نیز باید قدردانی شوند و از حضور و تجربه آنها استفاده شود. ما در دوبله تلویزیون از همه آنها دعوت به هم‌کاری کردیم و در حال حاضر نیز آثار متعددی با حضور جوانان دوبله می‌شود که به نوعی همین حضور پیش‌کسوتان نیز کارگاهی آموزشی برای انتقال تجربه محسوب می‌شود.

موفقیت، ضعف‌ها و آسیب‌های ما مدیون چیست؟

عشق و علاقه همه عزیزانی که در دوبله فعال هستند همیشه باعث شده این عزیزان بدون هیچ چشم‌داشتی در این عرصه فعال باشند اما لازم است دستمزدهای این هنرمندان اصلاح و به روز شود. کیفیت دوبله‌ها با نظارت بیشتر مورد توجه قرار بگیرد و از حضور افرادی که صلاحیت ندارند در دوبله استفاده نشود. همان‌طور که در عرصه سینما الزام‌هایی وجود دارد، در دوبله نیز باید این الزام‌ها به درستی رعایت شود.

به نظر شما مهم‌ترین عوامل برای مدیریت حوزه دوبله در ایران چیست؟

عوامل متعددی هستند که باید توسط نهادهای

یک تصور غلطی وجود دارد که هر کسی تصور می‌کند بجای یک شخصیت صحبت کند دوبلور است در حالی که دوبلوری کاری به شدت سخت و حرفه‌ای است که به مرور و پس از کسب تجربه بدست می‌آید و فضای کافی برای رشد آنها وجود دارد.

ذی ربط بیش از گذشته مورد توجه قرار بگیرند، از جمله این عوامل، توجه به نحوه دوبله در تمامی بخش‌ها، رعایت کیفیت لازم، جذب و آموزش افراد علاقه‌مند، تشکیل کارگاه‌های آموزشی در تمامی شهرهای ایران، وضع قوانین جدید و به روز شدن آن جهت توسعه دوبله در کشور، هماهنگی بین دستگاهی میان نهادهای فعال در این حوزه، نظارت بر فعالیت پلتفرم‌ها و بررسی کیفیت آثار عرضه شده است.

دوبلورهای موفق چه ویژگی‌هایی دارند؟

دوبله هنری است که از درون می‌جوشد و کسانی که استعداد و توانایی ذاتی این کار را ندارند باید شانس خود را در سایر عرصه‌ها امتحان کنند. بسیاری از پیش‌کسوتان هنر دوبله بر این باورند که ماتدن در حرفه دوبله و گویندگی بدون علاقه امکان‌پذیر نخواهد بود و افرادی که به دنبال کسب شهرت و موقعیت به این حرفه روی می‌آورند، هرگز در این راه موفق نخواهند شد. در واقع مهم‌ترین ویژگی‌های مورد نیاز یک دوبلور موفق علاقه به این حرفه و آن داشتن صدای خوب است. امکان تطبیق صدا و تصویر با یکدیگر در زمان دوبله، شفاف نمودن صدا، تپق نزدن در زمان خواندن متن و روانخوانی متن، داشتن اعتماد به نفس در زمان خواندن و همراه داشتن لبخند در زمان خواندن متن‌های عادی، توانایی انتقال احساسات متفاوت به وسیله نوع لحن و گویش، تغییر چهره برای بیان احساسات متفاوت و انتقال بهترین احساسات، امکان ایجاد فراز و فرود در زمان بازخوانی، داشتن ویژگی بداهه‌گویی، تمرین‌های نفس‌گیری متنوع و استفاده از آنها در زمان نیاز، شفاف‌سازی صدا و استفاده از کلمات شمرده و خوانا از دیگر ویژگی‌های یک دوبلور موفق است.

برای نظام‌مند کردن وضعیت شغل دوبله در ایران چه راهکارهایی را پیشنهاد می‌دهید؟

ما در تلویزیون نظام‌نامه‌ای داریم که دوبلورها بر اساس فعالیت، تجربه و توان حرفه‌ای رتبه‌بندی می‌شوند و همین موضوع نیز در انجمن گویندگان گفتار فیلم وجود دارد و کسانی که در این حوزه فعالیت می‌کنند دارای رتبه و درجه‌هایی هستند که علاقه‌مندان نیز می‌توانند با مراجعه پس از تست و آزمون‌های مختلف جذب و دارای درجه شوند و به فعالیت حرفه‌ای خود ادامه دهند.

مهوش افشاری:

میزان دریافتی اکثر گویندگان به اندازه کف پایه حقوق مصوب وزارت کار هم نیست

مهوش افشاری از جمله گویندگان قدیمی و پیشکسوت هنر دوبلاژ ایران است. بیشتر پدر و مادرهای دهه شصتی خاطرات کارتون به خاطره انگیز پسرشجاع را به یاد دارند و صدای نقش اصلی این کارتون یعنی پسرشجاع را فراموش نکرده اند. گوینده این شخصیت کارتونی خانم مهوش افشاری است. کسی که صدایش به روی شخصیت های سینمایی و کارتونی، سال ها برای چندین نسل خاطره سازی کرده است. در خصوص وضعیت امروز دوبله و نیاز رگولاتوری دوبله گفت و گویی داشتیم با این هنرمند پیش کسوت که در ادامه می خوانند:



جلوگیری از پخش آثار فاقد کیفیت لازم چه به لحاظ گویندگی و مدیریت دوبلاژ و چه به لحاظ فنی و کیفیت صدا و باند خروجی است.

با توجه به توسعه وی او دی ها، پلتفرم ها و سکوها آیا شما فکر نمی کنید ما نیازمند رگولاتوری در دوبله هستیم؟

قطعاً همین طور است. اگر اهمیت کیفیت کار دوبله درک کنیم، ضرورت وجود یک سیستم نظارتی یا همان رگولاتوری دوبله را بیشتر درک خواهیم کرد. بهترین مرکز برای انجام این کار انجمن گویندگان و سرپرستان گفتار فیلم با سابقه ای بیش از ۶۰ سال فعالیت و اعضای با

رگولاتوری دوبله از نگاه شما به چه معناست؟

رگولاتوری به معنای یک نهاد یا سیستم نظارتی برای کنترل کیفیت آثار دوبله شده و

پلتفرم ها به دلیل علاقه مردم به تماشای دیدن فیلم و سریال های جذاب این آثار را دوبله می کنند، اما باید بگویم به دلیل رعایت نشدن اصول حرفه ای دوبله از جمله ترجمه خوب، انتخاب گویندگان حرفه ای بر اساس شخصیت های فیلم، آثار دوبله شده کیفیت لازم را ندارند.

تجربه آن هستند که به دلیل سال ها فعالیت و همکاری با سازمان ها و مراکز مختلف از جمله صداوسیما بر توانایی بررسی آثار به لحاظ کیفی، به خطوط قرمز مخاطب بزرگسال و سالمند، گفتار و حساسیت های کار کودک نیز آشنا و واقف هستند.

با توجه به گسترش تولیدات زیرزمینی و انتشار آن در فضای اینترنتی، ما شاهد پدیده ای به نام دوبله های زیرزمینی هستیم. آیا تصور نمی کنید که اینها باید روزمینی شوند صلاحیت حرفه ای آنها توسط یک صنف، انجمن و تشکل مثل انجمن دوبله ایران تایید شود و بعد از اخذ مجوز شروع به کار کنند؟

در حال حاضر به جز انجمن ما یعنی انجمن گویندگان و سرپرستان گفتار فیلم که در سال ۱۳۴۲ به ثبت رسیده و زیر نظر وزارت ارشاد مشغول فعالیت هستند، دو انجمن دیگر هم در حدود ۳ سال پیش در اداره کار استان تهران به ثبت رسیده و مشغول کار هستند. به دلیل تفاوت نرخ دستمزد و شرایط متفاوت کاری که داریم امکان اینکه همه عضو یک انجمن باشیم میسر نیست. بر این اساس چندی پیش تعدادی از بهترین و با سابقه ترین گویندگانی که در خارج از انجمن مشغول فعالیت بودند، مدتی پیش آمدند و در انجمن تشکیل پرونده دادند، اما پس از مدت کوتاهی پشیمان شدند و اعلام کردند کار کردن تحت قوانین و ضوابط انجمن برایشان به صرفه نیست و انصراف دادند! بعد از آن بود که دو انجمن در اداره کار ثبت شد و به صورت قانونی و با شرایط خود فعالیت خود را آغاز کرد. در سال های اخیر بسیاری از کسانی که جذب انجمن شدند، از بین افرادی بودند که در گروه های خارج از انجمن فعالیت می کردند. اما باید این نکته را هم در نظر گرفت که به دلیل محدودیت حجم کاری که صاحبان کار به ما سفارش می دادند، امکان

جذب همه فعالان و علاقه مندان دوبله وجود نداشت. ضمن اینکه فرد متقاضی باید دارای شرایط و ویژگی های مورد نیاز، توانایی و استعداد و پشتکار صدای مورد نیاز، توانایی و استعداد و پشتکار باشد، متاسفانه خیلی از کسانی که مراجعه می کنند دارای این شرایط نیستند. از سوی دیگر خیلی از کسانی هم که معیارهای اولیه را دارند پس از مدتی به دلایل مختلف از جمله نداشتن درآمد کافی، نرسیدن به جایگاهی که تصور می کردند، مهاجرت و .. انصراف می دادند. برای همین به عنوان مثال در هر دوره بیش از ۵۰ نفر پذیرفته می شدند که از بین آنها شاید ۵ یا ۶ نفر باقی می ماندند.

آیا فکر نمی کنید که یک مرکز قوی و رسمی با مجوز برای آموزش افرادی که به کار دوبله گماشته شده اند یا مشغول اند باید تاسیس شود؟

در بحث آموزش از زمان گذشته تا بحال اساتید انجمن به کسانی که پذیرفته می شوند در حین کار و دوره کارآموزی بصورت رایگان آموزش می دهند. در واقع هنرجویان و علاقه مندان به جز تکنیک های اولیه، باقی موارد را باید در طول کار و با تجربه بدست آورند. البته برخی از پیش کسوتان و اعضای با سابقه انجمن دوره های آزاد تدریس فن بیان و گویندگی برگزار می کنند که به عنوان پیش نیاز برای افراد علاقمند به این حرفه و متقاضیان تست می تواند بسیار مفید باشد و ضمن محک زدن توانایی هایشان باعث می شود با آمادگی بیشتری در تست ها شرکت کنند.

چاره کار برای ایجاد یک رگولاتوری دوبله در ایران چیست؟

پشتیبانی نهادهای مسئول مانند وزارت ارشاد و ساترا از انجمن و استفاده از تجربه و توانایی بزرگان و هنرمندان با سابقه دوبلاژ ایران برای نظارت بر کیفیت آثار دوبله که توسط گروه های ثبت شده و مجاز انجام می گیرد و جلوگیری از پخش آثار فاقد شناسنامه حرفه ای که توسط افراد و گروه های متفرقه و در استودیوهای فاقد مجوز و کیفیت تولید می شوند.

وضعیت دوبله در پلتفرم ها را چگونه ارزیابی می کنید؟

مشکل اصلی که گویندگان حرفه ای و رسمی حتی شاید در دو انجمن شهر و استان تهران هم با آن

این روزها متاسفانه شاهد این هستیم که هر کسی بدون داشتن رزومه ای خاص کلاس های گویندگی یا دوبله برگزار می کند که امیدوارم این موضوع مورد بررسی قرار بگیرد که این افراد با مجوز کدام نهاد این کلاس ها را برگزار می کنند سرفصل های آموزشی آنها چیست و علاقه مندان پس از دوره های آموزشی چه کارکردی دارند و برای آنها چه برنامه ای وجود دارد.

مواجه هستند این است که بسیاری از پلتفرم‌ها عمده کارشان را برای ارزان تر شدن به گروه‌ها و افراد متفرقه می‌سپارند و تنها فیلم‌هایی که می‌توان گفت ویتترین پلتفرم‌شان هستند را به انجمن سفارش می‌دهند؛ به رغم اینکه قیمت تمام شده گروه‌های متفرقه گاهی به یک دهم قیمت‌های ما در انجمن می‌رسد این دلیل بر دستمزد بالا و غیرمعقول اعضای ما نیست. ما نیمه اول هر سال براساس میزان نرخ اعلام شده رسمی تورم و شرایط موجود درصدی را به دست مزدهای خود اضافه می‌کنیم یا برای حفظ بازار کار این کار را نمی‌کنیم. از این رو اعضا در طول سال ملزم به رعایت این نرخ هستند. اما با همه این تفاسیر میزان دریافتی اکثر گویندگان ما در ماه، به اندازه کف پایه حقوق مصوب وزارت کار هم نیست.

با توجه به پیشینه دوبله در ایران آیا فکر نمی‌کنید ما دچار افت و خیزهایی شده‌ایم!

این افت و خیزها همیشه در کار چه از لحاظ کمی چه کیفی بوده است. از نظر کمی، ماه‌هایی در سال مثل ماه‌های آخر سال و شب عید کار به خصوص در تلویزیون زیاد می‌شود و بعد از تعطیلات عید کار کم می‌شود. حتی در دهه گذشته حجم زیادی از فیلم‌های دوبله شبکه‌های تلویزیونی از خارج از واحد دوبلاژ سیما تامین می‌شود. به خصوص در زمینه کار کودک و انیمیشن که این امر تاثیر زیادی در کم کاری گویندگان با سابقه در واحد دوبلاژ داشت. اما خوشبختانه با تلاش مدیریت محترم واحد دوبلاژ سیما یعنی آقای شکیبیا، انجام کارها مجدداً به این واحد سپرده شد. در پلتفرم‌ها هم ماه‌هایی از سال کار زیاد و گاهی به حداقل می‌رسد. در حال حاضر با توجه به تعداد بالای پلتفرم‌ها حجم کار کم نیست اما متأسفانه کاری که به ما سفارش می‌دهند، به دلیل همان هزینه بالای دوبله نسبت به گروه‌های خارج از انجمن، خیلی کم و تعداد زیادی از اعضای ما به شدت کم کاری یا بی‌کار هستند. در حقیقت یکی از مهم‌ترین دلایلی که انجمن نمی‌تواند عضوگیری بیشتری انجام دهد، همین کمبود کار است. با این حال باز هم در طول سال‌های اخیر عضوگیری را در حد توان انجام دادیم چه از طریق انجمن چه از طریق واحد دوبلاژ تلویزیون.

موفقیت، ضعف‌ها و آسیب‌های ما مدیون چیست؟

از نظر کیفی مشکلات متعددی داریم که بخشی از

آن مربوط به کمبود تنوع و رنگ صداهای متفاوت، فن بیان و تکنیک‌های گویندگی است. اما جنس صدا یک نعمت خدادادی است که متأسفانه اکثر عزیزانی که مراجعه می‌کنند تصور اشتباهی از دوبله دارند و فقط به دنبال تقلید صدا و تیپ سازی هستند. آقایان هم در تلاش برای ساخت صدایی بم مانند اساتید زنده یاد چنگیز جلیلووند یا بهرام زند و خانم‌ها به دنبال شیک حرف زدن یا تیپ سازی‌های عروسکی و بچه‌گویی هستند. چیزی که اکنون در دوبله نیاز داریم، گویندگانی هستند که بتوانند به جای شخصیت‌های مسن و جا افتاده گویندگی کنند و البته صدای طبیعی آنها این ویژگی را داشته باشد نه با تیپ سازی، صداهایی از جنس صدای اساتید زنده یاد همیشه راستکار، احمد رسول زاده و دیگران و همین‌طور صداهایی تیپیکال مانند زنده یاد استاد عزت‌الله مقبلی، پرویز نارنجیها ...

تقریباً تا اوایل دهه هشتاد که تنها مرجع و متولی دوبله انجمن گویندگان بود، کیفیت کار با تمام مشکلاتی که وجود داشت حفظ می‌شد و بهترین گواه این مسئله آثاری است که از بزرگان و پیشکسوتان دوبلاژ ایران در طول چندین دهه فعالیت به جا مانده است. از آثار سینمایی گرفته تا محصولات رسانه‌های تصویری و نمایش خانگی تا فیلمها و سریالهای تلویزیونی نظیر هزارستان، ارتش سری، شرلوک هلمز، خانم مارپل، پوارو و غیره. خوشبختانه در واحد دوبلاژ صداوسیما از دهه هشتاد به بعد هم به رغم افت و خیزهای فراوان کاری، از نظر تنوع و تعداد آثار، سعی بر حفظ کیفیت صورت گرفت اما در بخش ویدئوی خانگی و پس از آن ظهور پلتفرم‌های اینترنتی، برخلاف چیزی که مطرح می‌شد، یعنی کیفیت، به رقابت برای ارزان تر و سریع تر کار کردن تبدیل شد. همین دو عامل سرعت زیاد و هزینه کم مهم‌ترین دلیل افت روزافزون کیفیت کارها شد. ندادن پول به مترجم و استفاده از زیرنویس یا مترجمین کم تجربه، استفاده از گویندگان تازه کار برای گویندگی نقش‌های اصلی و گاه حتی با تقلید صدای گویندگان مطرح، فروش نقش‌های اصلی به علاقه‌مندان دوبله و گویندگان مبتدی و

عشق و علاقه همه عزیزانی که در دوبله فعال هستند همیشه باعث شده این عزیزان بدون هیچ چشم‌داشتی در این عرصه فعال باشند اما لازم است دستمزدهای این هنرمندان اصلاح و به‌روز شود.



سیستم‌های با کیفیت خانگی جلوی تولید را نمی‌توان گرفت، چرا که هرکسی می‌تواند در منزل خود با حداقل امکانات، فیلمی را دوبله کند. اما در مرحله پخش از پلتفرم‌ها، شبکه‌های تلویزیونی و رسانه‌های مجاز می‌توان این نظارت را داشت که هرکاری که فاقد شناسنامه حرفه‌ای است و خارج از انجمن‌های دارای مجوز و در استودیوهای غیرمجاز ضبط و تولید شده‌اند اجازه پخش نگیرد. وقتی این نظارت و کنترل صورت بگیرد افراد و استودیوهای متفرقه و فاقد مجوز هم تلاش خواهند کرد تا به استانداردهای لازم حرفه‌ای رسیده و در نهایت در یکی از انجمن‌های مجاز بصورت حرفه‌ای به فعالیت خود ادامه دهند.

از سوی دیگر تعجیل در دوبله آثار و در نتیجه عدم دقت کافی مترجم، مدیر دوبلاژ و گوینده، و به تازگی هم استفاده از هوش مصنوعی برای تغییر صدای یک گوینده ناشناخته به صدای بزرگان دوبلاژ ایران، همه و همه باعث تنزل سطح کیفی کارها و بالطبع سلیقه مخاطبین شده است.

دوبلورهای موفق واجد چه خصلت‌ها و خصوصیات‌ی بودند؟

علاقه و پشتکار حقیقی و اهمیت و ارزش قائل شدن برای کاری که انجام می‌دادند و البته دست‌مزد‌های مناسبی هم که می‌گرفتند یکی از دلایل پایداری آنها در کار بود. این نکته را بگویم که از ابتدای تاسیس انجمن در سال ۱۳۴۲ صدها نفر آمدند، مدتی کار کردند و رفتند. تنها کسانی که صدا و استعداد ذاتی، علاقه و پشتکار کافی داشتند، ماندند و گویندگان عصر طلایی دوبلاژ ایران شدند که متأسفانه بسیاری از آنها دیگر بین ما نیستند و خوشبختانه هنوز تعدادی از آنها در کنارمان هستند و ما می‌توانیم از هنر و تجربه آنها استفاده می‌کنیم.

برای نظام مند کردن وضعیت شغل دوبله در ایران چه راهکارهایی را پیشنهاد می‌دهید؟

ایجاد یک سیستم نظارت کیفی بر آثار دوبله چه به لحاظ گویندگی و مدیریت دوبلاژ و چه از نظر مسائل فنی مانند کیفیت ضبط صدا، باندسازی، میکس و غیره. قطعاً با رشد تکنولوژی و

ضرورت وجود یک سیستم نظارتی یا همان رگولاتوری دوبله را بیشتر درک خواهیم کرد. بهترین مرکز برای انجام این کار انجمن گویندگان و سرپرستان گفتار فیلم با سابقه‌ای بیش از ۶۰ سال فعالیت و اعضای با تجربه آن هستند که به دلیل سال‌ها فعالیت و همکاری با سازمان‌ها و مراکز مختلف از جمله صداوسیما بر توانایی بررسی آثار به لحاظ کیفی، به خطوط قرمز مخاطب بزرگسال و سالمند، گفتار و حساسیت‌های کار کودک نیز آشنا و واقف هستند.

تعریف تهیه کننده این روزها مخدوش شده است

امروزه در عصر پسا تلویزیون، رسانه های نوظهور به عنوان مراکز تولید و انتشار جدید، مخاطبان زیادی را یافته اند. در کشور ما نیز تولد پلتفرم ها و سکوها که تحت رگولاتوری ساترا فعالیت می کنند مخاطبان زیادی را از قشرهای مختلف جذب خود کرده اند. به همین دلیل با تنی چند از صاحب نظران خبره در حوزه تولید و منتقدان سینما، آسیب ها و فرصت های این فضای جدید را بررسی کردیم که در پی می آید.

ایمان ایرانمنش

didarino.magazine@gmail.com



محمود گبرلو:

کانون تهیه کنندگان توان مدیریت تولیدات، سکوهای نمایش خانگی را دارد

گبرلو منتقد سینما و تلویزیون در پاسخ به سوالی در خصوص جایگاه تهیه کننده در تولید عنوان کرد: در جهان تهیه کننده قدرت اول تولید را داراست و در ایران هم تهیه کننده قدرتمند و مؤلف داریم اما تعدادشان زیاد نیست.

محمود گبرلو در خصوص روند طی شده سکوها و تولیداتشان گفت: نقش اول سرگرمی امروز مخاطبان را فیلم و سریال بازی می کند و اگر ما نتوانیم این نیاز را برطرف کنیم مخاطب به سکوهای غیر بومی کوچ خواهد کرد و با توجه به تعدد روزافزون سکوهای نمایش خانگی، آنها نباید تنها با هدف گذاری مالی به تولید بپردازند و همواره نیازهای فرهنگی و فکری مخاطب را هم در نظر داشته باشند. او هم چنین در خصوص گونه های جدید

سکوها و تولیداتشان گفت: نقش اول سرگرمی امروز مخاطبان را فیلم و سریال بازی می کند و اگر ما نتوانیم این نیاز را برطرف کنیم مخاطب به سکوهای غیر بومی کوچ خواهد کرد و با توجه به تعدد روزافزون سکوهای نمایش خانگی، آنها نباید تنها با هدف گذاری مالی به تولید بپردازند و همواره نیازهای فرهنگی و فکری مخاطب را هم در نظر داشته باشند.

عنوان صاحب معنوی اثر فردی دانست که دارای دانش کلی در خصوص رسانه باشد و هر کسی استخقاق این عنوان را ندارد.

این کارگردان پیش کسوت در خصوص جایگاه و نقش کانون تهیه کنندگان رسانه های دیداری اظهار داشت: هرگاه تولید راه می افتد باید اتحادیه ها و تشکل ها شکل بگیرند، به همین جهت وجود تشکل هایی از جنس کانون لازم و ضروری است تا هم به اعضای صنف خود کمک کند، هم به ارتقای سطح فرهنگ کشور یاری رسانده و ضمن جلوگیری از انحصار باعث زمینه ظهور چهره های جوان در عرصه رسانه را ایجاد کنند.



اسدالله نیک نژاد :

تهیه کننده یعنی مغز دانای پروژه

یکی دیگر از هنرمندانی که با او به گفت و گو نشستیم، اسدالله نیک نژاد تهیه کننده و کارگردان بود که در کنار فعالیت در تلویزیون و سینمای ایران، سابقه فعالیت در هالیوود و شرکت های فیلم سازی آمریکا را هم در کارنامه دارد.

ایشان در بخشی از گفت و گو با اشاره به پیشرفت تکنولوژی، گسترش وسایل ارتباط جمعی و دسترسی مردم به اطلاعات عنوان کرد: در حال حاضر رسانه ملی به تنهای قادر به برآورده کردن این حجم از تنوع و تقاضا نبوده و باید با توجه به گستردگی و گوناگونی سلیق مخاطب، رسانه های جذاب و متعدد راه اندازی شده و آثار مختلف تولید شود تا مخاطب برای پیدا کردن اثر باب سلیقه خود به سایر رسانه های بیگانه رجوع نکند.

نیک نژاد تاکید کرد: هنرمندان ایرانی نوع ارتباط با هم و وطن خود را می دانند و باید بستر تولید فراهم شده و به آنها اعتماد شود.

این کارگردان با اشاره به اینکه در تلویزیون و سینما تهیه کنندگی دارای تفاوت هایی بوده و هر

تولیدات رسانه ای و کپی برداری برخی تولیدات پرمخاطب خارجی ضمن استقبال از احترام به سلیق مختلف مخاطبان و حفظ کیفیت بالا در تولیدات، اعم از دست اول و دست چنم، بر بومی سازی و متناسب سازی تولیدات با ارزش های داخلی و اینکه در کنار فرم و ساختار، محتوا را هم در نظر بگیریم تاکید کرد.



مسعود جعفر جوزانی :

راه برون رفت از آسیب ها، تقویت صنوف است

مسعود جعفری جوزانی، کارگردان شهیر و نامی سینما و تلویزیون ایران، روند طی شده در خصوص رسانه های دیداری و سکوه های نمایش خانگی را با توجه به گستردگی و کم بودن محدودیت ها نسبت به سایر رسانه ها در ابتدا مثبت و امیدوار کننده ارزیابی کرده اما این نکته را هم متذکر شد که در ایام اخیر برخی رسانه ای شکل کاسب کارانه به خود گرفته و مفاهیم هنری و ارتباط فرهنگی در آن کم رنگ شده و در اغلب موارد شاهد تولید آثاری با کیفیت پایین از تولیدات مشابه خارجی هستیم، ایشان هم چنین تاکید کرد «فرهنگ اگر فقط سود و زیان باشد، افت می کند»

او هم چنین راه برون رفت از این بحران را تشکیل و تقویت تشکل های صنفی دانسته تا وظیفه سیاست گذاری و مدیریت تولید را بر عهده بگیرند. ایشان هم چنین در خصوص تعریف نقش و جایگاه تهیه کننده با تاکید بر اینکه تهیه کننده صرفا ارتباط به پول پروژه ندارد، تهیه کننده را به

برخی رسانه ای شکل کاسب کارانه به خود گرفته و مفاهیم هنری و ارتباط فرهنگی در آن کم رنگ شده و در اغلب موارد شاهد تولید آثاری با کیفیت پایین از تولیدات مشابه خارجی هستیم، ایشان هم چنین تاکید کرد «فرهنگ اگر فقط سود و زیان باشد، افت می کند».

کدام از آنها زیر مجموعه ها و گونه های مختلفی دارد اظهار داشت: تهیه کننده یعنی مغز دانای پروژه و تهیه کننده کسی است که به تمامی بخش های تولید نه تنها آشنایی که اشراف کافی داشته باشد تا با قدرت و تسلط بیشتری کار را مدیریت کرده و به نتیجه برساند.

عنوان کانال ارتباطی با مخاطب و جایگاه عرضه محصول مسئولیت نظارت بر کیفیت و نحوه تولید ارائه آن را دارد. دکتر خجسته افزود: وجود شکل های صنفی مانند کانون، باعث می شود که آنها ارزش های حرفه ای را در حوزه خود تقویت کنند، شاخص های حرفه ای تعریف کرده تا هر کس به راحتی به عنوان تهیه کننده اقدام نکند.



حسن نجفی سولاری :

تعریف تهیه کننده این روزها مخدوش شده است

یکی دیگر از مدیران عالی رتبه سازمان، استاد دانشگاه و دبیر فعلی ستاد ساختاری تحول سیما، دکتر حسن نجف سولاری بودند که در این گفت و گو مشارکت داشتند.

ایشان در ابتدای گفت و گو ضمن ابراز خوشحالی خود نسبت به فعال سازی کانون تهیه کنندگان رسانه های دیداری، عنوان کردند که کانون جوانه جذاب و زیبایی است که می تواند تحولی در رسانه های دیداری ایجاد کند.

ایشان در ادامه خاطرنشان کردند که اساساً از بدو خلقت، انسان هر آینه در حال تکامل در عرصه ارتباطات بوده و با ورود فضای مجازی دایره این تغییرات گسترده تر شده و باید بپذیریم که تلویزیون نیز دچار دگردیسی شده است.

نقش اول سرگرمی امروز مخاطبان را فیلم و سریال بازی می کند و اگر ما نتوانیم این نیاز را برطرف کنیم مخاطب به سکوه های غیر بومی کوچ خواهد کرد و با توجه به تعدد روزافزون سکوه های نمایش خانگی، آنها نباید تنها با هدف گذاری مالی به تولید بپردازند و همواره نیازهای فرهنگی و فکری مخاطب را هم در نظر داشته باشند.



حسن خجسته :

کانون های تخصصی می توانند ارزش های حرفه ای را در حوزه خود تقویت کنند

دکتر حسن خجسته استاد و عضو هیات علمی دانشگاه صدا و سیما از مدیران عالی رتبه سازمان، مدیر سابق رادیو، داور جشنواره های مختلف و مؤلف تعداد زیادی کتاب و مقاله در حوزه رسانه است.

ایشان در بحث تنظیم گری و نظارت اظهار داشت: تنظیم گری بر مبنای رقابت منصفانه و به دور از انحصار سه اصل دارد: دولت مسئول، رسانه مسئول و مخاطب مسئول و که موفقیت در هدایت و تنظیم گری صحیح در رسانه امروز مبتنی بر فعال بودن این سه اصل است.

دکتر خجسته در خصوص رابطه بین تلویزیون و رسانه خانگی و جایگاه آنها نسبت به هم گفت: اصولاً هر دو در یک محیط در حال رقابتند و به هیچ عنوان ضد هم نیستند. حال اینکه در دسته بندی قواعد رفتاری رسانه با مخاطب که به سه گونه: رابطه ی تجویزی، رابطه مشتری محور و رابطه ی دوست محور تقسیم می شود، در دو دسته مختلف قرار دارد. تلویزیون در دسته دوست محور و رسانه های خانگی در دسته مشتری محور هستند و هر کدام با ادبیات خود با مخاطبشان ارتباط برقرار می کنند. وی در موضوع تهیه کننده و نقش آن در رسانه امروز، ابتدا مسئولیت محصول نهایی را متوجه رسانه پخش کننده دانست و در عین حال که تهیه کننده را ملزم به رعایت اصول می داند، اعتقاد دارد رسانه به

دکتر نجفی سلاری در خصوص نقش کانون هم عنوان کردند که اتحادیه‌ها در دنیا حرف اول را می‌زنند و صنعت رسانه‌های دیداری هم نیاز به اتحادیه دارد که یک بخش آن کانون تهیه‌کنندگان است. این کانون‌ها ضمن کمک به حکمرانی، ایجاد هم‌افزایی کرده و در مواقع لزوم از اعضای خود حمایت می‌کنند.



مسعود فروتن :

تولید در آثار نمایشی به سلیقه مخاطب نزدیک‌تر است

مسعود فروتن کارگردان و مجری نام‌آشنای تلویزیون و سازنده آثار پر بیننده روزهای نه چندان دور رسانه ملی هم در این گفت و گو حاضر شدند و به سوالات ما پاسخ دادند.

ایشان در خصوص تغییر در نوع تولیدات اظهار داشت: ساخت اثر در رسانه نمایش خانگی با محدودیت کمتری صورت می‌گیرد و به طبع آن دست بازتر بوده و محیط راحت‌تری برای کار کارگردان و بازیگر ایجاد می‌شود. همچنین چون مستقیم با مخاطب در ارتباط هستیم و معادلات مالی اثر با نحوه استقبال مخاطب تعیین می‌شود، بنابراین با سلیقه مخاطب کار ساخته شده و تولید رونق می‌گیرد.

وی در خصوص جایگاه تلویزیون و تغییرات احتمالی آن با توجه به ظهور رسانه‌های جدید گفت: تلویزیون هنوز جایگاه و مخاطب خود را دارد با این حال رسانه ملی باید تلاش کند تا از این گونه جدید رسانه‌ای عقب نماند.

فروتین نقش تهیه‌کننده را در ساخت و دیده شدن اثر تعیین‌کننده عنوان کردند و گفت: تهیه‌کننده فرهنگ کار را با خود می‌آورد و با حضورش، با مهربانی و با فهمش از کار، یک آرامش خیال را برای گروه به همراه می‌آورد.

وی افزود: در دنیا صنعت رسانه از مدل پخش یک سویه به سمت تعاملی و دوسویه پیش رفته و مخاطب را در تولیدات دخیل می‌کنند. در حقیقت فضای مجازی انسان‌ها را به حقیقتی نزدیک می‌کند که تلویزیون نتوانست، اما آیا تلویزیون می‌میرد؟ پاسخ شاید این باشد که تلویزیون به شکل فعلی کمرنگ شده، اما رسانه‌های دیداری رشد کرده و تقویت می‌شوند.

دکتر حسن نجف سلاری عنوان کردند که سابق پر این و با داشتن دو شبکه تلویزیونی بر اساس آمار روزانه هفت ساعت از زمان مردم پای تلویزیون سپری می‌شد. اما امروزه با وجود صد و پنجاه شبکه دولتی و رسمی این عدد به حدود سه ساعت تقلیل پیدا کرده، حال آنکه مجموع زمانی که مردم در رسانه‌های مختلف سپری می‌کنند حدود یازده ساعت است و این به آن معنی است که حدود هشت ساعت از زمان خود را به مصرف رسانه‌های غیر تلویزیون اختصاص می‌دهند. این مشخص می‌کند که عمده نیاز مخاطب امروز در رسانه‌های خانگی و غیر از تلویزیون برآورده می‌شود و این مهم لزوم توجه به این عرصه را دوچندان می‌کند.

ایشان در خصوص تعریف و نقش تهیه‌کننده در رسانه عنوان کردند تعریف تهیه‌کننده این روزها مخدوش شده و گاهی به عناوین مختلفی غیر از مسئولیت اصلی از او نام برده می‌شود در صورتی که تهیه‌کننده عنصری است که از نقطه ایده تا نقطه دیده مسئولیت کل مسیر با اوست. تهیه‌کننده با اتکا به دانش و تجربه خود باید شرایطی را فراهم کرده و افرادی را به کار گیرد تا ایده را به محصول و محصول را به دیدگان مخاطب برساند. همچنین با توجه به گسترش و رشد رسانه‌های مختلف تهیه‌کننده باید هر اثر را با توجه به قابلیت‌های آن در مدیوم‌های مختلف آماده ارائه کند.

برخی رسانه‌ای شکل کاسب کارانه به خود گرفته و مفاهیم هنری و ارتباط فرهنگی در آن کم رنگ شده و در اغلب موارد شاهد تولید آثاری با کیفیت پایین از تولیدات مشابه خارجی هستیم، ایشان هم چنین تاکید کرد «فرهنگ اگر فقط سود و زیان باشد، افت می‌کند».

نقش هوش مصنوعی در آینده شبکه‌های خبری تلویزیونی

حسین مظفرآبادی

HOSSEIN.MOZAFFARABADI.magazine@gmail.com



هوش مصنوعی به‌عنوان یکی از کلیدی‌ترین فناوری‌های عصر حاضر، تأثیر شگرفی بر فرآیند تولید، توزیع، و مصرف اخبار تلویزیونی گذاشته است. این فناوری می‌تواند به سرعت حجم عظیمی از داده‌ها را تحلیل کند، خبرهای دقیق و شخصی‌سازی شده تولید نماید و در عین حال، به چالش‌هایی مانند اخبار جعلی و کاهش تعامل مخاطب با تلویزیون پاسخ دهد. این مطلب به بررسی تأثیرات هوش مصنوعی بر شبکه‌های خبری تلویزیونی پرداخته و فرصت‌ها، چالش‌ها و آینده پیش‌روی این فناوری در صنعت رسانه را تحلیل می‌کند.

در دنیایی که سرعت انتشار اطلاعات بی‌سابقه است، شبکه‌های خبری تلویزیونی برای باقی ماندن در رقابت با رسانه‌های دیجیتال، نیاز به تطبیق با فناوری‌های نوین دارند. یکی از این فناوری‌ها، هوش مصنوعی است که قابلیت‌های گسترده‌ای در جمع‌آوری، تحلیل و تولید محتوا ارائه می‌دهد. با افزایش وابستگی کاربران به منابع خبری آنلاین و ابزارهای شخصی‌سازی شده، تلویزیون باید به دنبال راه‌هایی باشد تا از مزایای هوش مصنوعی بهره‌برداری کند و تجربه‌ای سریع‌تر، دقیق‌تر و تعاملی‌تر برای مخاطبان خود فراهم آورد.

۱. نقش هوش مصنوعی در فرآیند تولید خبر

۱.۱ جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها

جمع‌آوری داده‌ها یکی از اساسی‌ترین مراحل تولید خبر است. هوش مصنوعی با استفاده از الگوریتم‌های پیشرفته یادگیری ماشین، می‌تواند به صورت بلادرنگ اطلاعات را از منابع مختلف استخراج کند:

• تحلیل شبکه‌های اجتماعی: الگوریتم‌ها می‌توانند هشتک‌های ترند، اخبار داغ و نظرات کاربران را شناسایی کنند.

• پایش منابع خبری جهانی: سیستم‌های هوشمند قادرند هزاران مقاله، گزارش یا خبر را به صورت لحظه‌ای بررسی و اولویت‌بندی کنند.

• پیش‌بینی روندها: هوش مصنوعی می‌تواند الگوهای خبری را تحلیل کرده و رویدادهای احتمالی آینده را پیش‌بینی کند.

۱.۲ تولید محتوای خودکار

فناوری‌های پردازش زبان طبیعی (NLP) به هوش

مصنوعی این امکان را می‌دهند تا متون خبری را تولید کنند.

• گزارش‌های ورزشی و مالی: خبرگزاری‌هایی مانند Associated Press از سیستم‌های خودکار برای تولید اخبار مالی و گزارش‌های بازی‌های ورزشی استفاده می‌کنند.

• ساختار استاندارد: الگوریتم‌ها قادرند داده‌های عددی را به متونی روان و قابل فهم تبدیل کنند، بدون خطا و با دقت بالا.

۱.۳ تحلیل و پردازش ویدئوها و تصاویر

هوش مصنوعی در تحلیل تصاویر و ویدئوها پیشرفت‌های چشم‌گیری داشته است.

• شناسایی چهره‌ها و اشیاء در ویدئوهای زنده.

• بازسازی صحنه‌های حوادث یا بلاای طبیعی برای استفاده در گزارش‌ها.

• ایجاد ویدئوهای خلاصه‌شده برای پخش سریع‌تر.

۲. ارائه اخبار: گویندگان هوشمند و اخبار شخصی‌سازی شده

۲.۱ گویندگان خبری مبتنی بر هوش مصنوعی

گویندگان خبری هوش مصنوعی که ظاهری شبیه انسان دارند، توانسته‌اند به تلویزیون‌ها کمک کنند تا خبررسانی ۲۴/۷ را ممکن سازند.

• نمونه‌ها: تلویزیون Xinhua در چین از گویندگان هوشمندی استفاده می‌کند که به چندین زبان خبر ارائه می‌دهند.

• مزایا:

• عدم نیاز به استراحت.

• کاهش هزینه‌های تولید.

• توانایی پوشش لحظه‌ای اخبار در هر زمان.

۲.۲ اخبار تعاملی و شخصی‌سازی شده

هوش مصنوعی به شبکه‌های خبری این امکان را

می‌دهد که اخبار را بر اساس علایق و نیازهای هر مخاطب ارائه دهند.

• الگوریتم‌های پیشنهاددهنده: مشابه آنچه در پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب و نتفلیکس وجود دارد، تلویزیون می‌تواند خبرهای منتخب را به مخاطب پیشنهاد کند.

• تعاملی بودن: کاربران می‌توانند بخش‌های خاصی از خبرها را به صورت تعاملی مشاهده کرده و عمق بیشتری به تجربه خود اضافه کنند.

۲.۳ استفاده از AR و VR در ارائه اخبار
واقعیت افزوده (AR) و واقعیت مجازی (VR) می‌توانند تجربه‌ای غوطه‌ورانه از اخبار ایجاد کنند.

• بازسازی صحنه‌های تاریخی یا حوادث: مخاطبان می‌توانند از طریق واقعیت مجازی به قلب حوادث سفر کنند.

• گرافیک‌های پیشرفته: ارائه آمار و تحلیل‌ها با استفاده از مدل‌های سه بعدی.

۳. مبارزه با اخبار جعلی: نقشی کلیدی برای هوش مصنوعی

۳.۱ تشخیص خودکار اخبار جعلی

اخبار جعلی یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های دنیای امروز است. هوش مصنوعی می‌تواند با ابزارهای زیر به مقابله با این مشکل پردازد:

• تحلیل محتوایی: بررسی صحت اطلاعات از طریق تطبیق با منابع معتبر.

• الگوریتم‌های تشخیص الگو: شناسایی سبک نوشتاری اخبار جعلی و تطبیق آن با الگوهای قبلی.

• تحلیل تصویر و ویدئو: شناسایی ویدئوهای جعلی (Deepfake) و بررسی تغییرات دیجیتالی.

۳.۲ ارتقاء اعتماد عمومی

با استفاده از فناوری‌های هوش مصنوعی برای بررسی صحت اخبار، شبکه‌های تلویزیونی می‌توانند اعتماد مخاطبان را بازسازی کرده و از کاهش اعتبار خود جلوگیری کنند.

۴. چالش‌ها و محدودیت‌ها

۴.۱ هزینه‌های بالا و نیاز به زیرساخت‌های پیشرفته

اجرای فناوری‌های هوش مصنوعی نیازمند سرمایه‌گذاری سنگین در زیرساخت‌های تکنولوژیک، از جمله سرورها و نرم‌افزارهای پیشرفته است.

۴.۲ مسائل اخلاقی

• آیا مخاطبان به اخبار تولیدشده توسط هوش مصنوعی اعتماد خواهند کرد؟

• چگونه می‌توان اطمینان حاصل کرد که الگوریتم‌ها جانبداری یا تعصب ندارند؟

۴.۳ تأثیر بر اشتغال

جایگزینی برخی مشاغل، مانند خبرنگاران و ویراستاران، با ابزارهای هوش مصنوعی می‌تواند چالش‌های اجتماعی و اقتصادی به همراه داشته باشد.

۵. نمونه‌های موفق استفاده از هوش مصنوعی در رسانه‌ها

۵.۱ تلویزیون Xinhua (چین)

• اولین گوینده خبری مجازی.

• تولید گزارش‌های بلادرنگ با هزینه پایین.

۵.۲ BBC ((انگلستان))

• استفاده از AI برای تحلیل داده‌های خبری و شناسایی روندها.

• ارائه پیشنهادهای خبری بر اساس رفتار مخاطب.

۵.۳ شبکه CNN (آمریکا)

• استفاده از فناوری‌های پیشرفته برای ایجاد اینفوگرافیک‌های تعاملی و تولید محتوای سریع.

۶. چشم‌انداز آینده اخبار تلویزیونی با هوش مصنوعی

• افزایش تعاملات زنده: ترکیب AI با پلتفرم‌های تعاملی.

• دموکراسی بیشتر در خبررسانی: امکان دسترسی سریع‌تر به اخبار برای گروه‌های مختلف.

• نوآوری‌های فراتر از تصویر: گسترش استفاده از متاورس برای ارائه گزارش‌های تعاملی.

نتیجه‌گیری

هوش مصنوعی در حال دگرگون کردن صنعت اخبار تلویزیونی است. از جمع‌آوری داده‌ها گرفته تا ارائه اخبار، این فناوری به شبکه‌های خبری امکان می‌دهد تجربه‌ای سریع‌تر، دقیق‌تر و تعاملی‌تر به مخاطبان ارائه دهند. با این حال، موفقیت این تحول به مدیریت صحیح چالش‌ها، از جمله مسائل اخلاقی و هزینه‌ها، بستگی دارد. شبکه‌هایی که از هوش مصنوعی به عنوان ابزاری برای نوآوری استفاده کنند، نه تنها بقای خود را تضمین خواهند کرد، بلکه به پیشتان صنعت خبر تبدیل خواهند شد.

ادغام متاورس با تلویزیون، نه تنها تجربه‌های جدیدی برای مخاطبان ایجاد می‌کند، بلکه فرصت‌های بی‌پایانی برای تهیه‌کنندگان و برندها فراهم می‌آورد. با وجود چالش‌ها، این فناوری می‌تواند انقلابی در صنعت تلویزیون ایجاد کند

سلام قولا من رب رحیم

مقررات و فراخوان جشنواره دیدار، جایزه هنر صنعت سینمای خانگی

کانون تهیه کنندگان رسانه های دیداری برگزار می کند:

به منظور شناخت شایستگی های هنری - فنی و تقدیر از آفرینش گران و صاحبان صنعت نمایش خانگی جایزه هنر صنعت سینمای خانگی در سه بخش (الف) سریال (ب) مسابقه - رئالیتی شو (واقعیت نما) (پ) گفتگو محور به شرح مقررات زیر برگزار می شود.

۱_ صاحبان آثار بخش های یاد شده که از ابتدای فروردین ماه سال ۱۳۹۸ تا پایان فروردین ماه ۱۴۰۳ آثارشان در شبکه های نمایش ویدیویی به نمایش درآمده است می توانند با ثبت نام از طریق کاربرگ شرکت در وب سایت این جایزه به نشانی (.....)، در این جشنواره شرکت کنند.

۲_ تکمیل کاربرگ شرکت از سوی صاحبان آثار به منزله قبول شرایط و مقررات شرکت در این جشنواره تلقی می شود.

۳_ به انتخاب شورای برگزاری این جشنواره، یک هیات پنج نفره از میان صاحب نظران هنر صنعت فیلم و سریال و سرگرمی، مجموعه آثار متقاضی را بررسی و برای بخش سریال تا پیشینه ۳۰ اثر و برای بخش رئالیتی شو و مسابقه تا پیشینه ۲۰ اثر و برای بخش گفتگو محور تا پیشینه ۱۰ اثر را برای داوری آثار برمی گزینند.

الف) بخش مسابقه سریال (مجموعه های نمایشی)

۴- یک هیات داوری مرکب از یازده تن از متخصصانی از هنرهای نمایشی و پنج داور سایر رشته های هنری، آثار راه یافته به بخش مسابقه را داوری و جوایز زیر را تقدیم می کنند:

- جایزه بهترین سریال بیش از ده قسمت (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین سریال کمتر از ده قسمت (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین کارگردانی (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین فیلم نامه (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین موسیقی اصیل (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین بازیگر مرد نقش اصلی (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین بازیگر زن نقش اصلی (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین بازیگر زن نقش مکمل (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین بازیگر مرد نقش مکمل (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)

- جایزه بهترین طراحی صحنه و لباس (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین دستاورد فنی (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین سریال تاریخی (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه ویژه از میان آثار نمایشی یک جایزه به عنوان بهترین سریال توسط هوش مصنوعی اهدا خواهد شد.

ب) بخش مسابقه رتالی شو و مسابقه

- ۵- یک هیات داور مرکب از پنج تن ترکیبی از برنامه سازان تلویزیون و صاحب نظران هنر صنعت فیلم، سریال و سرگرمی و آثار راه یافته به بخش مسابقه را داوری و جوایز زیر را تقدیم می کنند:
- جایزه بهترین مجموعه (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین اجرا (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین کارگردانی (کارگردانی هنری و کارگردانی تلویزیونی) (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین ایده پرداز و نویسنده (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین دستاورد فنی (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)

ب) بخش مسابقه برنامه گفت و گو محور

- ۶- یک هیات داور مرکب از پنج تن از میان دست اندرکاران و صاحب نظران فرهنگی و هنری و کارشناسان رسانه آثار راه یافته به بخش مسابقه را داوری و جوایز زیر را تقدیم می کنند:
- جایزه بهترین برنامه (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین کارشناس مجری (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین تهیه کنندگی (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)
- جایزه بهترین دستاورد فنی اعم از موسیقی، تدوین، طراحی دکور و... (تندیس جشنواره و جایزه نفیس نقدی اهدا می شود)

۷- به تمامی راه یافتگان به بخش داوری آثار، گواهی نامه پذیرش بخش مسابقه تقدیم می شود.

۸- ستاد جشنواره مجاز به استفاده بیشینه ۳ دقیقه از آثار پذیرفته شده در بخش داورى به منظور موارد تبلیغی و اطلاع رسانی را دارد.

۹- در موارد پیش بینی نشده در این مقررات شورای برگزاری این جشنواره تصمیم گیری خواهد کرد.

۱۰- زمان بندی جشنواره

- ۱-۱ اعلام آثار پذیرفته شده برای بخش مسابقه- مسابقه رتالی شو (واقعیت نما) تا تاریخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۷
- ۱-۲ اعلام آثار پذیرفته شده برای بخش مسابقه گفت و گو محور تا تاریخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۷
- ۱-۳ اعلام آثار پذیرفته شده برای بخش مسابقه سریال (مجموعه نمایشی) تا تاریخ ۱۴۰۳/۰۹/۳۰
- ۱-۴ داورى آثار مسابقه سریال (مجموعه نمایشی) از تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۰۲
- ۱-۵ داورى آثار مسابقه و مسابقه رتالی شو (واقعیت نما) از تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۰۲
- ۱-۶ داورى آثار مسابقه گفت و گو محور از تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۰۲
- ۱-۷ اعلام نامزدهای جوایز بخش مسابقه و مسابقه رتالی شو (واقعیت نما) تا تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۱۰
- ۱-۸ اعلام نامزدهای جوایز بخش گفتگو محور تا تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۱۰
- ۱-۹ اعلام نامزدهای جوایز بخش سریال (مجموعه نمایشی) تا تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۱۰
- ۱-۱۰ اهدای جوایز برگزیدگان تا تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۱۷



مرکز تولیدات رسانه ای گام

جو رو دیگر باید دید

● استودیو تدوین

- ساخت مستند
- فیلم کوتاه
- ساخت تیزر تلویزیونی
- صدابرداری و اصلاح رنگ

● استودیو انیمیشن

- موشن گرافیک
- کمیک موشن
- انیمیشن سه بعدی
- جلوه های ویژه

● خدمات محتوایی

- استراتژی محتوا و کمپین
- مشاوره و مدیریت پروژه
- ایده پردازی و تیم خلاقانه
- محتوای شبکه های اجتماعی



www.studiogaam.ir

۰۹۱۲۲۵۹۴۰۰۶

۰۲۱۸۸۱۰۷۶۱۳

میدان آرژانتین، خیابان احمد قصیر
کوچه 17، پلاک 19، طبقه دوم



رسانه
سیمای
ایرانیان



اسکن کنید!



vcast

ویکست؛ مرکز نوآوری محتوا

استودیو تصویر

۶۰۰ مترمربع استودیو برادکست
۲ ست دوربین Sony و Black magic، دو ری مجزا

طراحی دکور و غرفه سازی

برنامه سازی تلویزیونی

روی داد آنلاین

استودیو کروماکی

استودیو صدا

ضبط صدا

صدا گذاری

آهنگ سازی

میکس و مسترینگ

دوبله

تولید پادکست

شعرو ترانه

خدمات محتوایی

استراتژی محتوا و کمپین

تولید محتوای ویدیویی

محتوای شبکه های اجتماعی

فیلم و سریال انیمیشن

انیمیشن تجاری

طراحی و سئو سایت

خرید رسانه



تهران، میدان آزادی، اتوبان لشگری،

کارخانه نوآوری آزادی، سوله دوم،

مجموعه ویکست

۰۲۱۴۶۱۱۶۰۲۷

info@vcast.ir

vcast.ir



نشریه خبری تحلیلی تنظیم‌گری رسانه. شماره ۵۶ و ۵۷ | مرداد و شهریور ۱۴۰۳

«ساترا و گام‌های پیشرفت

در دوران تحول

«رصتا در یک نگاه

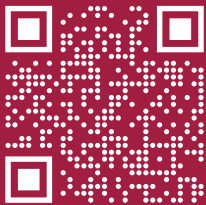
«شبه‌های ساترای

فرستی برای هماهنگی تنظیم‌گرانه



20 | ۱۴
24 | ۰۳

SCAN ME



جشنواره

دیدار

DIDAR
FESTIVAL



NOV 11
۲۱ آبان

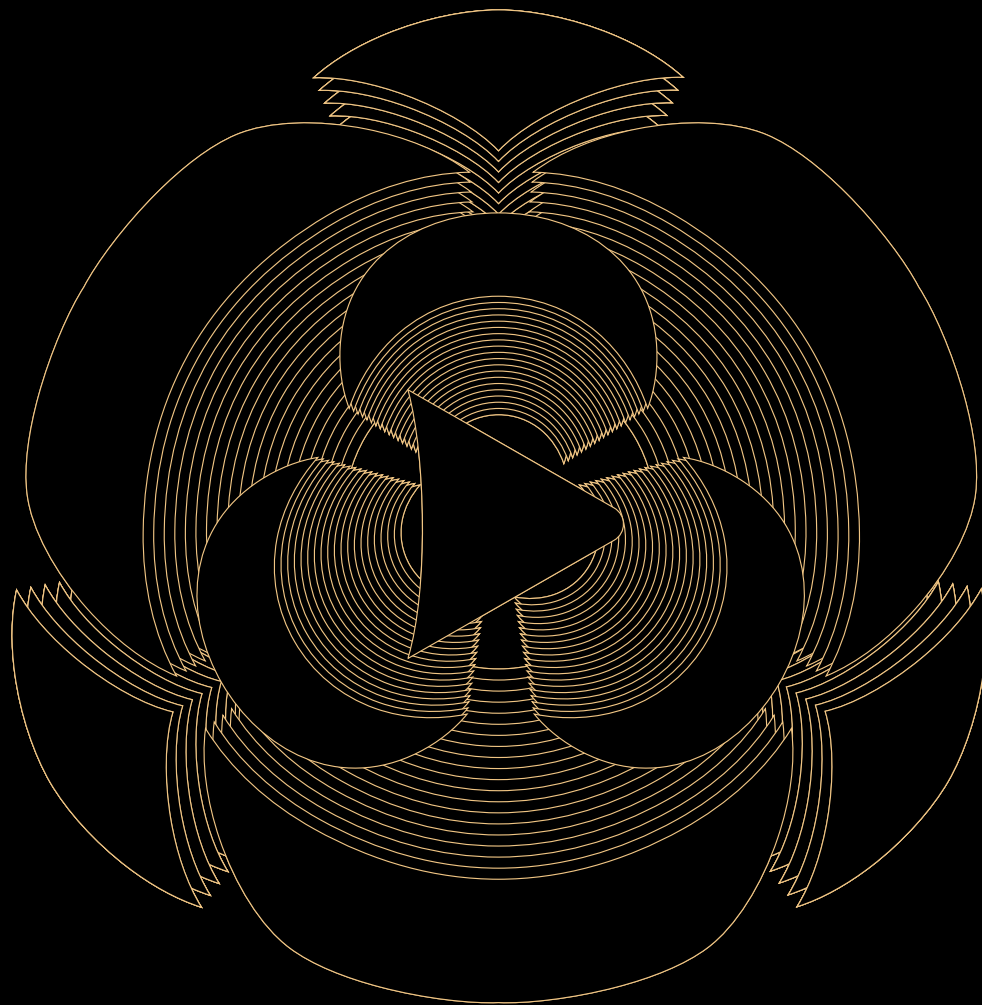


نخستین جشنواره آثار شبکه نمایش خانگی

سالن همایش های بین المللی برج میلاد

IRAN'S FIRST VOD FESTIVAL

Milad Tower International Conference Hall



فیلمو

نماوا
NAMAVA

فیلمنت



W W W . D I D A R F E S T I V A L . C O M

Telephone Number : +98 21 66059733 | Address: Visual Media Producers Center, 3rd floor, Shahid Soleimani Building, Sharif Innovation Station, Tehran, IRAN

آدرس: ایستگاه نوآوری شریف، ساختمان شهید سلیمانی، طبقه سوم، کانون تهیه کنندگان رسانه های دیداری
Instagram: didarvodfestival | Email: info@didarfestival.com