

«مرد عینکی» به صدر جدول هفتگی رسید

«مرد عینکی» به کارگردانی کریم امینی در اکران هفته گذشته با پشت سر گذاشتن سایر رقیبانش، پرفروش‌ترین فیلم هفته شد. این فیلم در هفته اخیر با فروشی معادل ۲۱ میلیارد و ۹۱۹ میلیون تومان میزبان بیش از ۲۷۶ هزار مخاطب بود و به جایگاه نخست رسید. مرد عینکی

گفت‌وگو با تهیه‌کننده «از سرگذشت»
که فصل سوم آن روی آنتن شبکه نسیم است

برنامه‌های سیما نباید وابسته به چهره‌ها شود



شده است. تنوع دکور، جذابیت‌های بصری و دعوت از سوزه‌ها و میهمانان هم در برندسازی یک برنامه بسیار مهم هستند مثلاً برنامه‌هایی همچون محفل، معلی، نود و عصر جدید علاوه بر مجری، دکور و ساختار، جنس میهمانانی که به برنامه دعوت می‌کردند هم در برند شدن آن‌ها مؤثر بوده است.

او درباره دلایل انتخاب علی قلیچ به عنوان مجری از سرگذشت می‌افزاید: آقای قلیچ برای نخستین بار به عنوان مجری در این برنامه معرفی شد و بدون اینکه ادعایی در عرصه اجرا داشته باشد، بسیار تلاش کرد و به مرور زمان، مخاطب او را پذیرفت، حتماً به اجرای او نقدهایی وارد است اما تا جایی که توانسته، خودش را به سلیقه مخاطب نزدیک کرده، ضمن اینکه او خواننده است و طرفدارانی هم دارد که در دیده شدن برنامه مؤثر بوده است.

نجفی ادامه می‌دهد: به هر حال این مجری، تازه‌کار و کم‌تجربه است و باید به او زمان داد همان طور که سال‌ها تلویزیون به کسانی فرصت داد تا امروز به نام‌هایی بزرگ در اجرا تبدیل شده‌اند. آن‌ها از روز اول، چهره نبودند بلکه به آن‌ها فرصت داده شد و چند دهه کار کردند.

حالا اینکه چرا امروز روی آنتن نیستند مسئله تلویزیون نیست، مسئله شخصی است چون همیشه بستر برای حضور این افراد در تلویزیون فراهم بوده است اما امروز به واسطه تعدد شبکه‌های اجتماعی و نمایش خانگی، تعدادی از این افراد به بسترهای دیگر رفته‌اند، در حالی که دو دهه پیش به دلیل نبود و محدودیت این بسترها، افراد به هر شکلی در سازمان ماندگار می‌شدند و کار می‌کردند.

زهره کهندل | فصل سوم برنامه «از

سرگذشت» با اجرای علی قلیچ همزمان با شب اول محرم روی آنتن شبکه نسیم رفت و به مدت ۶۰ شب تا پایان ماه صفر پخش می‌شود. برنامه‌ای که در دو فصل قبلی خود به دلیل ساختار قصه‌گویی که داشت با استقبال مخاطبان تلویزیون روبه‌رو شد و در فصل جدید علاوه بر تغییراتی در دکور، در بخش محتوا و انتخاب میهمان‌ها نیز تغییراتی نسبت به دو فصل گذشته داشته است.

«از سرگذشت» روایتگر داستان‌هایی بوده که با ماجرای حرکت سیدالشهدا (ع) در ارتباط است. گفت‌وگو‌هایی که قصه سوزه‌های اجتماعی و چهره‌های شناخته شده را در کنار یکدیگر برای مخاطب تعریف می‌کند. این برنامه سال گذشته به عنوان یکی از پربازدیدترین ویژه‌برنامه‌های محرمی تلویزیون شناخته شد و با وجود اینکه مجری آن از چهره‌های ناشناخته در اجراست، توانست در میان برنامه‌های محرمی تلویزیون، جایایش را محکم کند. در گفت‌وگو با «محسن نجفی سولاری» تهیه‌کننده برنامه «از سرگذشت» به جزئیات بیشتری درباره این فصل و احتمال تداوم این برنامه برای سال‌های بعد پرداختیم.

او با اشاره به بازخوردهای برنامه و اهمیت تداوم این مسیر برای شکل‌گیری یک برند جدید در برنامه‌های مذهبی تلویزیون می‌گوید: برای شکل‌گیری برند در برنامه‌سازی، حفظ و تداوم مسیر درست، کار پیچیده و سختی است که گروه سازنده برنامه از سرگذشت توانسته‌اند آن را به درستی پیش ببرند. مخاطب تلویزیون در دو سال گذشته از این برنامه استقبال خوبی داشته چون خلأ یک برنامه قصه‌محور ویژه محرم و صفر در این قاب احساس می‌شد. به گفته او، برنامه‌های مناسبی تلویزیون که قصه‌گو بودند، برندسازی کردند از جمله کوله‌پشتی، ماه عسل، زندگی پس از زندگی، معلی، محفل و...، این برندها با وجود تغییرات جزئی و اصلاحاتی که در مسیرشان داشتند ولی فرم و ایده اولیه خودشان را حفظ کردند.

تهیه‌کننده از سرگذشت با بیان اینکه استقبال مخاطبان از فصل اول برنامه بیش از انتظار ما بود، خاطر نشان می‌کند: این برنامه در فصل دوم به پربیننده‌ترین برنامه محرم و صفر تلویزیون شد؛ چرا که در دهه اول، برنامه‌های متعدد مناسبی پخش می‌شود ولی پس از دهه اول و به مدت ۵۰ شب، این برنامه روی آنتن است که طبیعتاً میزان مخاطب بیشتری پیدا می‌کند.

■ تلویزیون پای برندهایش ایستاده است

این برنامه‌ساز درباره اهمیت برندسازی تولیدات مذهبی و حفظ آن‌ها از سوی مدیران سیما توضیح می‌دهد: هر اثری برای اینکه تبدیل به برند شود نیازمند تداوم است و در تمام این سال‌ها، سازمان صدا و سیما پای برندهایشان

ایستاده است. برخی از این برندها هم به دلیل عدم تطابق سلیقه برنامه‌ساز با مدیران سازمان، الان روی آنتن نیستند که امیدواریم برگردند.

به باور نجفی، اگر برندی وابسته به شخص باشد، حتماً آسیب می‌بیند و می‌گوید: اگرچه چهره‌ها می‌توانند از اهرم‌های برندسازی باشند ولی حتماً ساختار برنامه هم دوست‌داشتنی و مخاطب‌پسند بوده که تبدیل به برند

پورامیری اختصاص دارد که با حدود ۳۹ هزار مخاطب و فروش ۳ میلیارد و ۲۱۲ میلیون تومان، فروش کلی فیلم به ۱۲۲ میلیارد تومان رسید. پنجمین فیلم پرفروش هفته به «جزایر قناری» اختصاص دارد. این فیلم با ۳۹ هزار و ۲۴۶ مخاطب نزدیک به ۳ میلیارد و ۲۰۹ میلیون تومان فروش داشته و در فاصله کمی با «صددام» قرار گرفته است.

در هفته اخیر ۲۱۴ هزار و ۹۶۱ مخاطب داشت. اما «پیر پسر» که تا این لحظه پرمخاطب‌ترین و پرفروش‌ترین فیلم غیرکمدی سال است در هفته اخیر با بیش از ۲۰۵ هزار مخاطب فروشی معادل ۱۸ میلیارد و ۵۸۵ میلیون تومان را ثبت کرد و فروش کلی فیلم فاصله زیادی تا ۱۰۰ میلیارد و ۱۰۰ میلیون تومان ندارد. جایگاه بعدی به «صددام» ساخته پدرام

سرافراز و... بسترهای جایگزین فراهم و بنا بود این افراد، جواب اختلاف سلیقه را با کوچ به محل دیگری بدهند، حتماً این کار را می‌کردند.

این برنامه‌ساز تلویزیونی با بیان اینکه مردم عوام مخاطب تلویزیون هستند، عنوان می‌کند: عوام یعنی مردم خارج از منطقه یک تهران و پولدارهای شهرستانی. مخاطبان تلویزیون مردم مناطق پایین و شهرهای محروم درواقع هستند و دوست دارند چهره‌های محبوبشان را در این قاب ببینند، گرفتن چنین حقی از بیننده به عهده سازمان نیست. از میان چهره‌هایی که کوچ کرده‌اند یک نفر را نام ببرید که مدیران سازمان گفته باشند حق تولید برنامه و حضور در تلویزیون را ندارد. اصلاً چنین چیزی نیست به هر حال باید طبق دست فرمان رئیس جدید، تولید محتوا کرد. من کسی هستم که در دوره‌های مختلف مدیریتی تلویزیون کار کردم و این طور نیست که در دوران تحول وارد تلویزیون شده باشم. من از سال‌ها پیش در تلویزیون بودم.

■ ضرورت خلق چهره‌ها و برندهای جدید

به گفته نجفی، با وجود بسترهای موجود و استعداد های ناشناخته، حتماً باید برندها و چهره‌های جدید برای تلویزیون خلق شوند در حالی که با توسعه شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌ها، مردم برای زمان دادن به تولید یک چهره و برند جدید صبر نمی‌کنند به ویژه نسل جدید که به خاطر سرعت پیشرفت رسانه‌ها در دنیا، دیگر معطل چیزی نمی‌مانند و اگر ببینند کیفیت اجرا در سقف مد نظرشان نیست آن برنامه را نگاه نمی‌کنند بنابراین برندسازی در چنین شرایطی نیازمند زمان است و در تمام این سال‌ها، چهره‌ها در گذر زمان به شهرت رسیدند.

او درباره اینکه آیا عمداً یک مجری نوچهره برای اجرای از سرگذشت انتخاب کردید، توضیح می‌دهد: پیش‌بینی ما این بود که مسیر این برنامه ادامه دارد و قرار است سال‌ها با آن پیش برویم. چهره‌های شاخص اجرا که پیش‌تر در قاب‌های مختلف دیده شده بودند ذهنیتی را برای مخاطبان به همراه

■ ساخت یک برنامه محرمی در روزهای جنگ

تهیه‌کننده از سرگذشت با بیان اینکه ۳۰ میهمان مردمی با قصه‌های اجتماعی و ۳۰ چهره شناخته شده به این فصل برنامه دعوت شده‌اند، درباره فرایند انتخاب میهمانان می‌گوید: کسانی به برنامه دعوت می‌شوند که در لحظه‌ای تصمیم سرنوشت‌سازی در زندگیشان می‌گیرند چون فضای برنامه، تحولی است یعنی کسانی که به واسطه توسل و توکل، متحول می‌شوند و تغییر مسیرشان منجر به عاقبت به خیری آن‌ها می‌شود، قصه‌هایشان را روایت می‌کنند. این تحول می‌تواند اشکال مختلف داشته باشند بنابراین طیف میهمانان، گستره وسیعی را از سراسر کشور و خارج از کشور در برمی‌گیرد که امسال به خاطر شرایط جنگ، پروازها مدتی متوقف شد و نتوانستیم در خدمت میهمانان خارجی برنامه باشیم. به گفته نجفی سولاری، موضوع و محوریت این برنامه، پرداختن به قصه زندگی افرادی است که در دوراهی‌های زندگی، با توسل و توکل به امام حسین (ع) و ائمه اطهار (ع) دچار تحول می‌شوند و این تحول منجر به عاقبت به خیری آنان می‌شود؛ یک جور روایت‌گذر از سیاهی به سفیدی.

او درباره حال و هوای تولید برنامه در روزهای تجاوز رژیم صهیونیستی به خاک کشورمان یادآور می‌شود: جنگ که شروع شد در حال ضبط بودیم به همین دلیل تعدادی از میهمانان به برنامه نیامدند چون شرایط ملتهب بود. ضبط برنامه هم چند روز متوقف شد ولی روند تدوین را در آن زمان انجام دادیم. پس از آرام شدن اوضاع، ضبط از سر گرفته شد و سعی کردیم فضای برنامه را به سمت حال و هوای آن روزها ببریم و خانواده شهدا را دعوت کردیم تا درباره روزهای جنگ صحبت کنند.



آگهی مزایده عمومی فروش املاک (شماره ۰۴-۱۴۰۴)



شرکت عمران و مسکن سازان ثامن در نظر دارد نسبت به فروش تعدادی از واحدهای مسکونی خود با مشخصات مندرج در جدول ذیل از طریق برگزاری مزایده عمومی اقدام نماید. متقاضیان محترم می‌توانند از تاریخ انتشار این آگهی با مراجعه حضوری و یا از طریق سایت شرکت نسبت به دریافت اسناد مزایده اقدام و پیشنهاد قیمت خود را به همراه سپرده شرکت در مزایده (چک بین بانکی به ارزش پنج درصد مبلغ پیشنهادی در وجه شرکت عمران و مسکن سازان ثامن شماره شب‌ا ۰۴۹۸۳۸۹۸۳۸۰۰۱ IR نزد بانک سینا شعبه ابودرغفاری) در پاکت در بسته به صورت حضوری به دفتر معاونت املاک و حقوقی و یا به صندوق پستی شرکت حداکثر تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۵/۱۸ ارسال و رسید دریافت نمایند. متقاضیان محترم می‌توانند به منظور هماهنگی لازم برای بازدید یا هر گونه سوال احتمالی در زمینه املاک موضوع مزایده با شماره تلفن زیر در ساعت اداری تماس حاصل فرمایند. بازگشایی پاکت‌ها توسط کمیسیون معاملات شرکت در ساعت ۱۰ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۵/۲۰ در دفتر معاونت املاک و حقوقی شرکت انجام خواهد شد. بدیهی است که شرکت در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مختار است.

ردیف	عنوان	مساحت مفید (مترمربع)	قیمت پایه (ریال)	توضیحات	آدرس	نوبت مزایده
۱	تمامیت شش دانگ واحد آپارتمانی شماره ۳۰۲	۶۷/۰۷	۴۱.۵۸۳.۰۰۰.۰۰۰	یک خوابه دارای پارکینگ و انباری	بلوار وحدت - وحدت ۱۳- مجتمع مسکونی مسعود	۱۳۰۳
۲	تمامیت شش دانگ واحد آپارتمانی شماره ۳۰۳	۶۷/۳۰	۴۱.۷۲۶.۰۰۰.۰۰۰	یک خوابه دارای پارکینگ و انباری	بلوک یک- طبقه سوم	
۳	تمامیت شش دانگ واحد آپارتمانی شماره ۳۰۶	۸۶/۶۹	۵۳.۷۴۸.۰۰۰.۰۰۰	دو خوابه دارای پارکینگ و انباری		
۴	تمامیت شش دانگ واحد آپارتمانی شماره ۰۰۷	۷۴	۵۰.۳۲۰.۰۰۰.۰۰۰	یک خوابه دارای پارکینگ و انباری	بلوار امیرالمومنین ۶ دادخواه-۷ مجتمع مسکونی رواق طبقه همکف	

*انتقال سند رسمی تک برگ واحدهای آپارتمانی پس از اخذ پایانکار تفکیکی به نام برنده مزایده صورت می‌پذیرد.
آدرس شرکت: بلوار وحدت، وحدت ۳/۱- نبش شهید یوسفیان ۵، صندوق پستی: ۹۱۵۴۹۹۵۷۳۸
آدرس سایت: https://www.maskanesamen.com
تلفن: ۰۲۱۳۳۶۹۶۳۳۷-۳۸ داخلی ۱۰۲

مجتمع چاپ و نشر روزنامه قدس

چاپ افست | چاپ شیت | چاپ رول | یووی | سلفون | لیتوگرافی | صافی | برش | مجهزترین چاپخانه شرق کشور با پرسنل حرفه‌ای

