

تیزرهای داستانی برای نشر خوبی‌ها



هیچ قالبی نمی‌تواند قدرتمندتر و تأثیرگذارتر از یک تیزر جذاب تلویزیونی، بیننده را تحت تأثیر قرار دهد. از آنجایی که در تهیه و تولید تیزرها، سرمایه و وقت زیادی هزینه می‌شود، بنابراین باید با بهره‌گیری از تکنیک‌ها و روش‌های مختلف، تیزرهای طراحی و تولید کرد که از بالاترین سطح اثربخشی برخوردار باشند. تهیه سناریو یا فیلم نامه، انتخاب بازیگران، فیلمبرداری، صداگذاری، تدوین و... از جمله اقدام‌هایی هستند که در تولید یک تیزر اجرا می‌شوند. تیزرهای موفق که از نظر اتخاذ استراتژی بی‌نقص‌اند، مفهومی خلاق دارند و از اجرای مناسبی نیز برخوردارند. با این دغدغه‌ها مرکز تولیدات رسانه سازمان تبلیغات اسلامی علاوه بر تولید برنامه‌های تلویزیونی در ماه رمضان ساخت تیزرهای داستانی با محور تواصی، همدلی و مردم‌ماه و با هدف فرهنگ‌سازی نشر خوبی‌ها، ترویج واقع‌گرایی، حفظ همبستگی ملی و تقویت روحیه همدلی، آگاهی و بیداری در جامعه را هم در برنامه خود قرار داد. ماحصل تلاش بی‌وقفه این مرکز تولید بیش از ۱۰ تیزر داستانی بود. این تیزرهای یک تا ۴ دقیقه‌ای با داستان‌ها و روایت‌های جذاب به خوبی توانست با مخاطبان ارتباط برقرار کند و مخاطب میلیون‌ها داشت. کمک‌های مردمی برای آزادی زندانیان دربند، رعایت اخلاق و حقوق شهروندی، احیای فریضه امر به معروف، روایت همدلی مؤمنانه در یک سال کرونایی، نشان دادن معرفت کاسبان منصفی که در همسایگی تک‌تک ما وجود دارند از موضوعات این تیزرهای داستانی بود که در بستر رسانه ملی، اینستاگرام، آپارات، تلویزیون و... بارها بازنشر شد. تعقیب، پرستار، کاسب منصف، جیب کت، چشم‌به‌راه، دوپامین، سحری، همیس، قفل فرمان، شهربازی، معلم عنوان تعدادی از این تیزرهای داستانی بود.

۱۰,۰۰۰



۱۰ هزار دقیقه تولید و پخش زنده برنامه‌های تلویزیونی و اینترنتی

۱۲,۰۰۰,۰۰۰



۱۲ میلیون نفر مخاطب برنامه‌های مرکز تولیدات رسانه

۱۰۵۰



۱۰۵۰ مرتبه بازنشر تیزرهای داستانی در صداوسیما و فضای مجازی



ویژه‌برنامه سحرگهی «مهمان خدا» از شبکه قرآن و معارف سیما روی آنتن رفت. مهمان خدا با عناوین متنوع و جذاب به مباحث معرفتی و طرح مواسات و همدلی مؤمنانه باهدف تشویق مردم برای کمک به نیازمندان در ماه مبارک رمضان پرداخت. این برنامه در سحرهای ماه مبارک رمضان و از ساعت ۳ بامداد تا اذان صبح به افق تهران به صورت زنده و مستقیم از ایوان مقصوره حرم امام رضا (ع)، روی آنتن شبکه قرآن سیما رفت. بخش «میانه میدان» یکی از جذاب‌ترین بخش‌های مهمان خدا بود که به موضوع کمک‌های خیرخواهانه و گفت‌وگو با طلاب جوان پیرامون فعالیت‌های جهادی در روزهایی که محور آن کمک مؤمنانه است پرداخت. مسئله‌سازی نفس عمل تواصی و ترویج گفتمان تواصی از اهداف دیگر این برنامه بود. برای پخش دعاهای سحر ماه‌های مبارک رمضان، دوربین برنامه مهمان خدا هر شب به یکی از مساجد مهم ایران رفت و دعای سحر را با پخش تصاویر این مساجد تقدیم مخاطبان کرد. ضبط و پخش زنده این برنامه از حرم امام رضا (ع) باعث شد تا پیام‌های مردمی متعددی به این برنامه داده شود و در شرایط کرونایی که محدودیت‌های سفر وجود داشت، مهمان خدا توانست تا حدی از دل‌تنگی مشتاقان سفر به حرم امام رضا (ع) بکاهد.

مهمان خدا

● شبکه قرآن

● ۳۰ قسمت ۱۲۰ دقیقه‌ای



وقت سحر

● شبکه افق

● ۳۰ قسمت ۱۲۰ دقیقه‌ای



ویژه‌برنامه سحرگهی شبکه افق با عنوان «وقت سحر» از اول ماه مبارک رمضان به مدت ۳۰ شب، با ۳۰ محور از جمله موضوع مهدویت، تواصی به صبر و حق با آیتم‌های متنوع و متفاوت به صورت زنده روی آنتن شبکه افق رفت. باید گفت یکی از جاذبه‌های برنامه وقت سحر «صابر خراسانی» مجری آن بود که پیش از این به‌عنوان شاعر آیینی در بین مردم شناخته می‌شد. وقت سحر با یک تیم جوان و پرانگیزه، بانشاط و خلاق برنامه‌ای را روی آنتن برد که تا حدودی توانست نسل جوان را راضی و جذب کند. نمایشنامه خوانی بخش نوآورانه «وقت سحر» بود. در این بخش از استادان این حوزه (حوزه تئاتر رادیویی) استفاده شد. برای هر یک از موضوعات یک قصه و حکایت معاصر انتخاب شد و آن داستان معاصر که متشکل از دو یا چهار کاراکتر است، در استودیو وقت سحر اجرا و همان‌جا صداگذاری مرتبط انجام شد. برنامه‌سازان وقت سحر در بخش ادعیه، نماهنگ و مناجات‌خوانی‌هایی که با نوای مداحان مشهور کشور تولید شد هر شب سراغ غزل یکی از مداحان برجسته کشور رفتند، فزای از آن را انتخاب کردند و با تصویرسازی و صداگذاری مناسب پخش کردند. علاوه بر این سعی شد ادعیه مختص ماه مبارک رمضان به شکل متفاوت، تدارک دیده شود، چون آن‌ها معتقد بودند ادعیه ماه رمضان، متن‌های جذاب و شنیدنی دارند و بسته‌بندی مناسب و ارائه ظریف و زیبا به مخاطب (صداگذاری و تصویر یابی متناسب) لازمه پرداخت به این ادعیه است.