

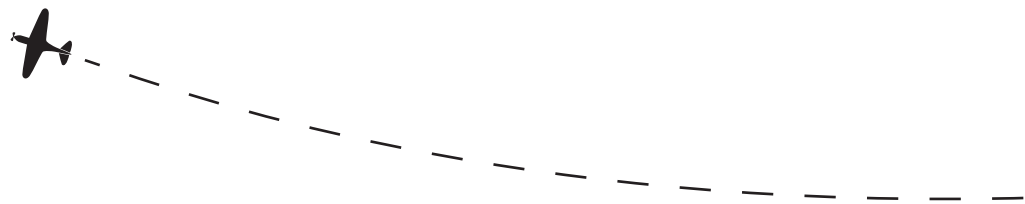
سوانورد

طرح پیشنهادی ویژه برنامه بررسی
صنعت هوایی و هوانوردی و توان کشور

مجری طرح: شرکت قلب آبی اقیانوس



دفتر ایام را آغاز تو...



جهانگرد

کشور عزیزمان از آغاز انقلاب اسلامی تا امروز دوره‌های مختلفی از تحریم‌های کوچک و بزرگ و البته به نایب و ظالمانه را تجربه کرده است و یکی از این تحریم‌ها در حوزه صنعت هواپیمایی بوده است که منجر به کمبود قطعات، کاهش مسیرها پروازی و در نهایت فرسودگی و افزایش سن ناوگان شرکت هواپیمایی در ایران شد و نتیجه آن هم سقوط چند هواپیما به دلیل نقص فنی، نبود قطعات و فرسودگی هواپیما بود.

ناشناخته بودن ابعاد مختلف صنعت هواپیمایی برای سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران باعث شده است که این صنعت جایگاه شایسته خود را در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان نداشته باشد. مشخص نبودن تعداد شاغلین، میزان گردش مالی سالانه، میزان اشتغال زایی، درصد انتقال فناوری به صنایع دیگر، میزان تأثیر گذاری در امنیت و دفاع کشور در حوزه صنعت هوایی و هوانوردی و فرودگاهی کشور باعث می‌گردد تا تصمیمات و سیاست‌های اتخاذ شده نتواند به درستی به اجرا درآید.

هر صنعتی نقاط ضعف و در مقابل نقاط قوتی دارد و در هر صنعتی تلاش بر این است تا بتوان با ارائه راهکارهای تازه و کارآمد تدابیری اندیشید تا بتوان نقاط ضعف را کاهش و به پررنگ‌تر کردن نقاط قوت پرداخت؛ البته چنین امری مستلزم صرف وقت، هزینه به انضمام کسب مهارت‌های تخصصی مرتبط با آن صنعت است تا بتوان به واسطه آن مهارت‌ها بر کار احاطه کامل داشت و از طرفی از آنجایی که هواپیمایی نیز جز صنایع مهم و در عین حال راهبردی هر کشور محسوب می‌شود، از این امر مستثنی نیست.

نتیجه آن که اگر بخواهیم از صنعت هوایی ایده آلی بهره مند شویم، باید بر طبق برنامه های زمان بندی شده ای پیش رویم و در هر مرحله مطمئن شویم که کارهای تعریف شده را به درستی انجام داده ایم و خلائی بر جای نگذاشته ایم به خصوص با توجه به حساسیتی ذاتی که در این صنعت وجود دارد، می طلبد که هر جزء کار خود را بی عیب و نقص انجام دهد.

اکنون پس از گذشت بیش از سه دهه سال هوای ایران نفس می کشد و به خطوط هوایی وطنمان وعده دیدار هواپیماهای نو و پروازهای بین المللی بیشتر داده شده است که به حمدالله چند فروندی محقق شده است، و بر اساس سند چشم انداز کشور قرار است در سال ۱۴۰۴ هجری شمسی صنعت هوایی ایران در جابه جایی بار، مقام اول و در جابه جایی مسافر، مقام دوم را در منطقه داشته باشد، اما.....

کشور برای این همه تحول چقدر آماده است؟

خدمات فرودگاهی و تسهیلات آن نیز نیاز به نوسازی دارد؟

فرودگاه های ما قادر به پشتیبانی از ناوگان روز جامعه می باشد؟

شرکت های هندلینگ حاضر در صنعت هوایی قادر به انجام پشتیبانی فنی و خدمات مربوطه به این پرنده های جدید هستند؟





فرهنگ سازی لازم در خصوص استفاده از فضاهای فرودگاه های و ناوگان جدید و قدیم در بین مردم و مسئولین و جامعه وجود دارد ؟
قدرت دفاعی کشورمان در حوزه هوایی به چه میزان است؟
پیشرفت های کشور در حوزه هوا و فضا به کجا رسیده است؟
هدف این برنامه تولید آیتم ها و برنامه های جذاب با هدف فرهنگ سازی بیشتر و ارتقاء سطح دانش و بینش و همچنین سرگرمی و جذب مخاطب برای توجه مردم ایران به این حوزه است.
حوزه ای که در این سالها پیشرفت بسیار داشته و خواهد داشت .
برنامه «برج مراقبت» با توجه به اهمیت این موضوعات با محوریت بررسی وضعیت ناوگان هوایی ، حضور شرکای بین المللی ، وضعیت بسترها و سرمایه گذاری های مرتبط ، وضعیت فرودگاه های کشور و پیشرفت ها و توسعه در این بخش و همچنین پرده برداری از مهم ترین موضوعات حمل و نقل هوایی و فرودگاهی و آموزش به شهروندان، اقدام به تهیه توانمندی ها و ظرفیت های این بخش دارد و با توجه به برنامه ریزی و پخش از شبکه دوم سیما از آیتم های متنوعی تشکیل که هر کدام به نوبه خود می تواند به عنوان یک برنامه مستقل در دستور کار قرار گیرد.

در این برنامه که مقرر است از شبکه دوم سیما به‌عنوان اولین و تنها برنامه در این حوزه در شبکه تهیه شود، قصد بر این است که به‌صورت هفتگی کلیه اتفاقات در طول هفته گذشته در این صنعت را مورد بررسی قرار دهیم و خط‌مشی حضور مهمان برنامه در استودیو بر اساس آن تعیین می‌شود. این برنامه به‌طور مستقیم از طریق دعوت از شاخص‌ترین و ناب‌ترین سوژه‌های این بخش سعی خواهد کرد رویکردی تازه داشته باشد و ضمن افزایش جذابیت‌های بصری، آموزش و اطلاعات تازه به مخاطبان برنامه ارائه دهد.

موضوعات برنامه باید حول محور اخباری باشد که بیشترین توجه مردم را به خود اختصاص داشته باشد و بدون رودربایستی سوژه‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهد تا تماشاگر بدون واسطه و به‌صورت روشنگرایانه و افشاگرانه، در جریان حقایق مغفول‌مانده قرار گیرد تا اعتماد مردم به تلویزیون، بیش از پیش شود.

در صورت امکان می‌توان برنامه را دو روز در هفته، پنج‌شنبه و جمعه‌ها برگزار کرد تا هم به نتیجه موردنظر رسید و هم بتوان با زمان مناسب، زوایای پنهان سوژه‌ها را رونمایی کرد. هم‌چنین سوژه‌ها و موضوعات و آیتم‌ها با هدفی مشخص، پیگیری خواهد شد.

تکرار برنامه در روز بعد از پخش، می‌تواند توجه عمومی را به موضوعات برنامه بیشتر کند و مخاطبان اگر به هر دلیل برنامه را ندیدند، در جریان آخرین اخبار و اطلاعات قرار گیرند.

امید آنکه همه ایرانیان در زیر پرچم جمهوری اسلامی ایران و در آغوش ماه وطن در راه رسیدن به رشد و شکوفایی و بالندگی ایران اسلامی، گام بردارند.



نام برنامه

از میان نام‌های ذیل، نام «هوانورد» به دلیل ارتباط مخاطب با برنامه انتخاب شد. اسامی پیشنهادی ذیل هم جهت اطلاع و بررسی احتمالی اعلام می‌گردد.

- جعبه سیاه
- برج مراقبت
- مهرآباد
- آسمانه
- برج مراقبت
- دیوار صوتی
- ققنوس
- آشیانه سیمرغ
- اکوپا
- فرکانس اضطراری
- سقوط آزاد
- چتر نجات
- گریز از رادار





ساختار طرح

- برنامه پیشنهادی به صورت ترکیبی ساخته و پخش خواهد شد.
- برنامه شامل بخش‌های مختلف نظیر گزارش، گفت‌وگو، اخبار، آموزش، آمار و ... خواهد بود.
- پرونده ویژه در هفته، به بررسی کامل موضوع هفته خواهد پرداخت.
- برنامه دارای ساختاری دوطرفه است و بینندگان نقشی مهم در برنامه خواهند داشت.
- ظرفیت‌های صنعت هوایی، فرودگاهی و ناوبری ایران در همه بخش‌ها مورد توجه قرار خواهد گرفت.
- مخاطبان با دنیای ناشناخته صنعت هوایی آشنا خواهند شد.





اهداف طرح

در راستای پاسخگویی به نیازهای بخش‌های اجرایی و انجام پژوهش‌های کاربردی مورد نیاز صنعت هوانوردی به منظور افزایش سهم حمل و نقل هوایی در جابجایی کالا و مسافر ، اهداف ذیل اعلام می‌شود:

- چشم‌انداز ایران در صنعت هوایی و هوانوردی
- ارائه توانمندی‌های کشور در حوزه هوایی و نظامی
- ارائه بهترین تصویر از پیشرفت‌های ایران در حوزه صنعت حمل و نقل هوایی ، فرودگاهی و ناوبری ایران
- ساخت برنامه‌ای سرگرم‌کننده و جذاب برای جلب توجه مخاطبان
- اعلام وارائه قدرت دفاعی در حوزه هوایی
- دستاوردهای و ارتباط و پیوند صنعت و دانشگاه
- آشنایی بینندگان با توانمندی‌های حوزه صنعت حمل و نقل هوایی ، فرودگاهی و ناوبری ایران
- آموزش حقوق متقابل مسافر و شرکت‌های هواپیمایی
- نهادینه‌سازی رویکرد پاسخ‌محور برای فعالیتهای مختلف صنعت حمل و نقل هوایی؛
- آموزش و ترویج یافته‌های علمی در بخش حمل و نقل هوایی؛
- تمرکز فعالیتهای جانبی در حوزه حمل و نقل هوایی ؛
- گسترش سهم حمل و نقل هوایی در جابجایی کالا و مسافر با توجه به وسعت کشور و مزیت‌های این شیوه حمل و نقل؛
- برنامه ریزی اصولی و سیاستگذاری مدون جهت توسعه صنعت هوانوردی در کشور؛
- پیگیری مشکلات زیرساختی صنعت حمل و نقل هوایی کشور.

تیتراژ و دکور

بی‌تردید هر برنامه تلویزیونی از شاخص‌های متعدد در جهت تأثیرگذاری بر مخاطب برخوردار است. قالب، محتوا، میزاسن، دکوپاژ، مجری، کارگردانی، تدوین، موسیقی، تیتراژ و دکور از این جمله‌اند که قطعاً تیتراژ و در پی آن دکور برنامه، فتح باب تقابل مخاطب و برنامه از اهمیت به‌سزایی برخوردار خواهد بود.

دکور برنامه برگرفته از موضوع صنعت هواپیمایی، در آشنیانه یا طرحی چون کابین هواپیما اجرا خواهد شد تا حس پرواز را به مخاطب القا کند و بتواند ارتباط درستی بین بیننده و موضوع برقرار کند.





در گوشه گوشه این دکور، از بدنه هواپیما تا اتاق خلبان مدنظر است تا بتوان علاوه بر ایجاد کشش و جاذبه‌های تصویری برای مخاطبان، سنگ بنای محکم و قابل اعتنا و اطمینانی برای محتوای برنامه نیز اجرا کرد.



آیتم‌ها و کنداكتور پيشنهادهی برنامه

- تیتراژ ابتدایی برنامه
- پرواز درگذر زمان (تاریخچه و پیدایش پرواز)
- معرفی انواع هواپیما
- معرفی مشاغل مستقیم و غیر مستقیم صنعت حمل و نقل هوایی و فرودگاهی
- معرفی فرودگاه های ایران و جهان
- معرفی برج های مراقبت در جهان (ویژه گی های آنان)
- اخبار این صنعت در هفته ای که گذشته
- ارتباط با مردم و پیگیری سوژه های و مطالب ایشان
- گفتگو با مهمان هفته
- مسابقه مهیج
- گزارش هفته از آخرین پیشرفت های صنعت هوایی کشور
- بررسی پرونده هفته
- رمزگشایی سوانح
- آموزش پرواز
- فرهنگ سازی و حقوق مسافری و پروازی
- معرفی بهترین کادر پروازی هفته از نگاه مردم (خلبان ، کمک ، مهندس پرواز، مهماندار و گارد پرواز)
- معرفی بهترین شرکت هواپیمایی هفته از نگاه مردم



آنچه مدنظر سازندگان است، ایجاد جذابیت‌های بصری برای بینندگان از سنین و قشرهای مختلف برای توجه به این برنامه است و به‌جهت ناشناخته بودن و جذابیت بالقوه این حوزه در کشور، به‌نظر می‌رسد می‌توان با برنامه‌ریزی مناسب حداکثر مخاطبان را جذب کرد.

مخاطبان




مجریان برنامه

گروه برنامه ریزی و اتاق فکر برنامه در نظر دارند از مجریان جوان و توانمند در لباس خلبان و مهماندار استفاده کنند. فردی که دیسپلین لازم را دارد و خودش هم در صنعت حمل و نقل هوایی و فرودگاهی دارای تجربه باشد.



سوزه‌های پیشنهادی

- بررسی نقاط قوت و ضعف توسعه و جوان سازی ناوگان هوایی در صنعت حمل و نقل هوایی
- بررسی خدمات و تسهیلات فرودگاهی از گذشته تا حال و در آینده
- چگونگی و حضور سرمایه گذاران داخلی و خارجی در این صنعت مهم
- چالش و مشکلات پیش رو صنعت حمل و نقل هوایی و فرودگاهی
- درباره مردی که بغداد را لرزاند ؛ عباس دوران و شکستن دیوار صوتی در حاشیه کنفرانس بغداد
- پشت پرده عملیات اچ ۳
- ناگفته‌های یوفو و شی های ناشناخته
- نقطه مجهول؛ دستگیری ریگی
- جان تراولتا خلبان بویینگ شخصی خود
- ترس علی پروین و دنیس برگکمپ از سوار شدن هواپیما
- هواپیماهای سیاسی
- مقصران سقوط
- خاطرات امنیت پرواز
- داستان‌های معجزات هوایی



پیوست فضای مجازی

#HAVANAVARD

گروه تولید برنامه، با آگاهی کامل از این فرصت و ظرفیت بی نظیر، تیمی تخصصی و مجرب را برای استفاده بهنگام از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی گرد هم آورده است. گروهی که با دانش و تجربه بالا، قادرند گزیده ویدئوهای برنامه را با قابلیت نشان دادن اسپانسر در فضای مجازی، در کوتاه‌ترین زمان ممکن وایرال کنند.

این، فرصتی مغتنم برای صاحبان کار و سرمایه است که نام و نشان تجاری خود را در کنار همراهی در تولید برنامه، در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی نیز برای مخاطب چندصد میلیونی معرفی کرده و به نمایش بگذارند.

با افزایش روزافزون ضریب نفوذ اینترنت همراه و فراگیر شدن استفاده از شبکه‌های مجازی، فضایی فراگیر و بی‌پایان فراهم شده است تا مردم، در هر زمان و هر مکان ممکن، بدون هیچ‌گونه محدودیتی و به راحتی به جدیدترین اخبار، ویدئوها و محتوای موردنظر خود در شبکه‌های اجتماعی دست یابند. از این رو، برنامه‌سازان تلویزیونی نیز برای بهره‌برداری درست و بهنگام از این موقعیت و استفاده از این ظرفیت چند صد میلیونی مخاطب، به انتشار گزیده ویدئوهای برنامه‌ها در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی روی آورده‌اند. اتفاقی که با پدیده «وایرال شدن» ویدئوها، مسیر جذب مخاطب و تبلیغ و دیده شدن برنامه را بسیار کوتاه‌تر و با افزایش چندین هزار برابری مخاطب همراه خواهد کرد.

گروه تولیدی برنامه به پاس همراهی و همکاری اسپانسرهای برنامه، آفرهای مناسبی برای تبلیغ برند آنان، در نظر گرفته است. آنچه در این برنامه و برای نمایش نام و برند اسپانسر در نظر گرفته شده، در فضاها و شرایط زیر خواهد بود:

- گویش و تبلیغ و توضیح برند توسط مجری
- پخش محتوای گرافیکی در LED بزرگ استودیوی برنامه
- کپشن و تایتل تبلیغی در صفحه پخش برنامه
- استند اهدای جوایز و قرعه کشی با حضور و توسط نماینده شرکت
- حضور مدیرعامل یا نماینده جهت تبلیغ برند یا شرکت
- حضور در تیتراژ ابتدایی و پایانی برنامه

اسپانسر شیب



بدیهی است که برآوردهای اعلامی هرکدام از آیتمهای زیر و اجرای آن، براساس پروتکل، تاییدیه و اعلام نرخ بازرگانی صدا و سیما خواهد بود.

AVIATOR

جهانگرد