



# سیاره آبی

طرح تولید برنامه سیاره آبی

موقعیت جغرافیایی کشور عزیزمان ایران، از دیرباز مورد توجه جهانیان بوده است. نقطه طلایی جنوب غربی آسیا، جایی که هم بزرگترین دریاچه جهان را در شمال خود جای داده و هم در جنوب، یکی از استراتژیک‌ترین گذرگاه‌های آبی دنیا، یعنی «تنگه هرمز» را در برگرفته است. وجود خلیج فارس به عنوان یکی از جذاب‌ترین و کهن‌ترین مناطق جهان در کنار «دریای عمان» به عنوان مهم‌ترین راه دستیابی به اقیانوس هند، گواه این مدعاست. گستره مرزهای آبی ایران در شمال و جنوب، به ۲۵۵۰ کیلومتر می‌رسد. مرزهایی که همسایگی ایران با ۱۰ کشور مختلف دنیا را توسط ۷ استان شمالی و جنوبی کشورمان رقم زده است. وجود مناطق آزاد اقتصادی و گردشگری در محدوده این مرزها، جاذبه‌های کم‌نظیر تاریخی و گردشگری در بنادر و جزایر ایران و نیز وجود اقلیم‌ها و زیست‌بوم‌های متنوع و مختلف، سبب شده تا موقعیت ایران در حوزه دریایی، پتانسیل و ظرفیت بالایی برای رشد همه جانبه کشور داشته باشد.

با این وجود، تحریم‌های ظالمانه علیه کشورمان، تهدیدهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای اجانب همراه با ارباب کشورهای همسایه جمهوری اسلامی ایران و از همه مهم‌تر، غفلت از ظرفیت‌های ویژه اقتصادی و گردشگری و حتی سیاسی و امنیتی دفاعی در این حوزه، سبب شده است تا بسیاری از پتانسیل‌های کشور عزیزمان در حوزه صنایع دریانوردی، به ورطه فراموشی و غفلت سپرده شود.

این در حالی است که دریانوردان، سالانه بیش از ۵ تریلیون دلار کالا در جهان جابجا می‌کنند و گردش مالی کالاهای جابجا شده از طریق مرزهای دریایی ایران، درصدی قابل توجه از این ارقام را به خود اختصاص داده است و مطابق پیش بینی‌ها، گردش مالی صنایع دریایی در کشورمان، تا ۱۰ سال آینده به ۳ هزار میلیارد دلار خواهد رسید.

بر همین اساس و با هدف شناساندن ظرفیت‌های عظیم و ناشناخته صنعت دریانوردی، معرفی جاذبه‌های گردشگری و اقتصادی، نمایش دستاوردها و رویش‌های بزرگ ایران در حوزه امنیت دفاعی و خودکفایی اقتصادی و صنعتی و بالاخره ارزش آفرینی و به‌کارگیری پتانسیل‌های فراموش شده این حوزه با ابزارهای مختلف تبلیغی، سرگرمی و در قالب‌های جذاب و هیجان‌انگیز برای مخاطبان، طرح برنامه «سیاره آبی» به شرح ذیل تقدیم می‌شود.



## نام برنامه

از میان نام‌های پیشنهادی مختلف، نام «سیاره آبی» به دلیل ارتباط با مخاطب عام، مفهوم ساده و مرتبط و نیز همگرایی با سیاست‌های برنامه، انتخاب شده است. نام‌های پیشنهادی دیگر، به شرح ذیل است:

- جزر و مد
- مثلث برمودا
- موبی دیک
- سونامی
- آتلانتیس
- زیباکنار
- موج شکن
- اقیانوس
- قلب اقیانوس
- ناخدا
- موج سوار
- تاساحل





## ساختار طرح

رویکرد:



فرهنگ سازی



تبلیغی



اطلاع رسانی و خبری



سرگرمی

نوع برنامه: ترکیبی زنده  
 زمان برنامه: ۶۰ دقیقه  
 نوبت پخش: هفتگی  
 تعداد قسمت: ۳۰ قسمت  
 مخاطب: عام و خانوادگی  
 (با نگاه ویژه به دست اندرکاران صنایع دریایی و دریانوردی در ایران)



## اهداف طرح

همان گونه که در مقدمه نیز اشاره شد، این برنامه می‌کوشد در راستای جذب مخاطبان به این صنعت جذاب و فراموش شده، در قالب برنامه‌ای جذاب به اهداف ذیل دست یابد:

- معرفی جاذبه‌های دریایی و دریانوردی در ایران
- ارائه دستاوردها و توانمندی‌های کشور در حوزه امنیت دفاعی آبی
- ارائه تصویری چشم‌نواز از پیشرفت‌های جمهوری اسلامی ایران در حوزه صنایع دریانوردی
- معرفی صنعتگران، محققان، نوآوران و قهرمان این حوزه
- بیان مشکلات، چالش‌ها و چشم‌انداز دریانوردی در ایران و تلاش برای دستیابی به بهترین راه‌حل‌ها در این حوزه
- آموزش‌های همگانی حقوق متقابل مشتریان و شرکت‌های تولیدکننده و ارائه‌کننده خدمات در این حوزه
- بررسی مهم‌ترین یافته‌ها، دستاوردها و پیشرفت‌های جهانی در صنایع دریایی
- برگزاری جشنواره‌ها و مسابقات مرتبط برای همگانی کردن تفریحات دریایی
- ارتباط و پیوند صنعت و دانشگاه
- گسترش سهم صنایع دریایی در اقتصاد کشور
- پیگیری مشکلات زیرساختی صنعت دریایی کشور
- استفاده از ظرفیت‌های مغفول مانده جزایر، مناطق آزاد و سواحل جذاب ایران برای رونق اقتصادی و گردشگری



بخش‌های  
مختلف برنامه

پرونده ویژه  
گزارش  
گفت‌وگوی اصلی  
گفت‌وگوی فرعی  
آیتم‌های خارج استودیو  
اخبار و ارقام آماری  
آیتم‌های آموزشی (ترین‌ها، حقوق متقابل، اصطلاحات دریایی و...)  
سرگرمی (مسابقه، چالش زیر آب، نمایش و...)





## گستره مخاطبان

گروه سازنده برنامه «سیاره آبی» کوشیده است با پیش بینی آیتم‌های مختلف و متناسب با ذائقه مخاطبان ایرانی، برنامه‌ای جذاب طراحی کند تا از یک سو، همه خانواده‌های ایرانی خود را مخاطب این برنامه حس کنند و از سوی دیگر، دست‌اندرکاران صنایع دریایی و دریانوردی نیز، آن را بستری مناسب برای معرفی، بیان مشکلات و چالش‌ها و رسیدن به بهترین راهکارها برای حل آن ببینند. بر همین اساس، مخاطبان این برنامه را می‌توان در همه گروه‌های سنی و به عبارت بهتر، «مخاطب عام» دانست.



## تیتراژ و دکور

بی‌تردید، یکی از مهم‌ترین شاخص‌های برنامه‌های تلویزیونی در جذب مخاطب، تیتراژ و دکور برنامه است. این ویژگی برای برنامه‌های نوپا که به‌نوعی اولین تجربه برنامه‌سازی جدی در آن حوزه محسوب می‌شوند نیز اهمیتی دوچندان می‌یابد.

برهمن اساس، طراحان و سازندگان «سیاره آبی» طرحی ویژه برای دکور این برنامه و نیز تیتراژ متفاوت آن تدارک دیده‌اند.

دکور این برنامه، با حال و هوا و نمادهایی از دریا، کشتی، تفریحات دریایی و نمادهای ساحلی پیش‌بینی شده‌است. به این ترتیب، مخاطب، بلافاصله و در اولین نگاه، ضمن قرار گرفتن در فضای سفرهای دریایی، متوجه موضوع محوری برنامه خواهد شد. چشم‌نواز و جذاب بودن دکور نیز به مخاطب، این فرصت را خواهد داد تا وقت بیشتری را در اولین تماشا، برای برنامه بگذارد و با تماشای بخش‌های جذاب برنامه، کم‌کم به مشتری ثابت برنامه تبدیل شود.





## مجری برنامه

انتخاب مجری مسلط، با دانش و درعین حال جذاب، یکی از دغدغه‌های گروه برنامه ساز بوده است. بر همین اساس، مجریان پیشنهادی این برنامه به شرح ذیل معرفی می‌شوند:

پژمان بازغی (نقش اول سریال دریایی‌ها)  
امیرعلی نبویان و ...







## پیوست فضای مجازی

# #sayareyeabi

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 **چندده 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 مورد نظر 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.

---

چاره آبی

---