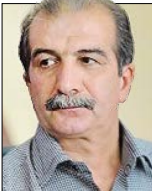


### تبلیغات تلویزیونی شبه رایگان نامزدها



رسانه ملی با اقدامی فاخر و نوین و ابتکاری و استفاده از ظرفیت های

این رسانه ملی و فراگیر، با قامت

استوار بر مبنای عدالت رسانه‌ای و تبلیغاتی به یاری برگزاری

قدر، ملی، شکوهمند و حداکثری دوازدهمین دوره برگزاری

انتخابات سرنوشت ساز مجلس شورای اسلامی و پنجمین

دوره انتخابات مجلس خبرگان و نامزدهای این دوره آمده

است. این نخستین حرکت گسترده و هدفمند و بزرگ این

رسانه در این راستا و همچنین در اختیار قراردادن عادلانه

تریبون‌های صداوسیما جهت تبلیغات نامزد هاست. اهداف

اساسی رسانه ملی از این حرکت شاخص، خدمت به برگزاری

شایسته انتخابات و همسویی و همگامی آن با ملت برای

مشارکت حداکثری مردم در انتخابات است. بدیهی است

که استفاده درست از فرصت، ظرفیت و امکانات صدا و سیما

توسط نامزدها برای رسانه ملی، درامدزایی هم دارد. اما واضح

است که صداوسیما، مرکز و بنگاه کسب و کار نیست و رسانه‌ای

پیشگام درعرصه پاسداری از فرهنگ و باور و دستاوردها

و ارزش‌ها و آرمان‌های کشور است و هرگز برای کسب درآمد

به این مهم مبادرت نکرده است. با این همه، اقدام خوب و

ارزشمند رسانه ملی، به رغم استقبال گسترده اغلب نامزدها

و جامعه، با حاشیه‌سازی سه جریان روبه‌رو شده که برخی با

همچه به رسانه ملی، در این ارتباط به فضا سازی صد البته

ناموفق و کاذب مبادرت کرده‌اند. جریان نخست را طیفی از

مخالفان سیاسی و جناحی دولت و رسانه ملی با هدف ایجاد

خدشه در امر انتخابات و دلسرد کردن و تلاش برای مانع‌ت

شرکت حداکثری مردم درانتخابات هدایت می‌کنند.

گردانندگان جریان دوم را برخی مراکز و دستگاه‌های تبلیغاتی

که پیشتر و قبل از برنامه‌های جدید انتخاباتی صداوسیما،

در ایام انتخابات با خرید امتیازات تبلیغاتی برای نامزدها،

به کاسپی می‌پرداختند و اقدام جدید رسانه ملی را مغایر

اهداف خود دانسته و ازمنظر منافع‌گرایی به مخالفت باحرکت

انتخاباتی پرشور تلویزیون برداخته‌اند و جریان سوم از گروه

اندکی از نامزدها که به غلط انتظار تبلیغات رایگان خود از

صداوسیما را داشته‌اند و اکنون باید برای تبلیغات هزینه‌کنند،

تشکیل شده است. گرچه این جنجال‌ها و حاشیه‌سازی‌ها

در فضای مجازی و گوشه و کنار جامعه نمی‌تواند مانع

بزرگاری یا شکوه حداکثری انتخابات شود، ولی با این حال،

رئیس رسانه ملی جهت روشننگری ملی و پاسخگویی به این

جریان‌ها و حاشیه‌سازی‌ها، سخنانی ایراد و عنوان کرده

است که: «هزینه‌های تبلیغات، مبنای قانونی دارد و بر اساس

همان چیزی است که توسط قانون اصلاح شده انتخابات

ابلاغ شده است!» این سخن گویا، رسا و پاسخ مناسب رئیس

رسانه ملی، افزون بر روشننگری و جواب به برخی ابهامات و

زدودن اتهام کاسپی صداوسیما در انتخابات، سبب خنثی

شدن هجومه‌ها و حاشیه‌سازی جریان‌های مذکور شده است.

آخرین سخنان پیمان جبلی در جمع خبرنگاران در باره

انتخابات، آب پاکی را در دست‌های معترضان ریخت و باعث

ایجاد شفع درمیان نامزدهای انتخاباتی شد. رئیس سامان

صداوسیما اعلام کرد که تعرفه‌های تبلیغاتی برای نامزدهای

انتخابات بر اساس پیشنهاد این سازمان تغییر کرد و تقریبا

به یک چهارم رسید. او افزود: بالاترین رقم تبلیغات مربوط به

تهران با ۴۰ میلیون تومان و اکثر حوزه‌ها بین پنج تا ۱۰ میلیون

تومان است. جبلی عنوان کرد: در همین راستا اگر هر نامزدی

بتواند یک درصد آرای ماخوذه را به دست آورد، کل پول به او

باگرددانده می‌شود و تقریبا تعرفه شبه رایگان خواهد بود. با

این وصف و اظهارات نیک رئیس رئیس رسانه ملی، روستا است که سه

جریان مورد اشاره از برخورد‌های تند و نادرست دست‌بردارند

و بر اساس توصیه‌ها و رهنمودهای مقام معظم رهبری و

احترام به جامعه و برنامه خلافتانه انتخاباتی رسانه ملی،

در کنار ملت عزتمند ایران با حضور حداکثری، در برگزاری

انتخابات سرنوشت ساز کشور مشارکت کنند.

در بازه زمانی ۲۶ دی تا سوم بهمن ۳۵ هزار و ۴۷ پیام در سامانه

امور ارتباط با مخاطبان (۱۶۲) به ثبت رسیده است که شامل

۲۰ هزار و ۳۴۱ پیام صوتی، ۷۴۵۹ پیام تلفنی و ۷۲۴۷ پیامک

است. از میان شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی به ترتیب

شبکه‌های سه، دو، آی فیلم، تماشا و یک دارای بیشترین

تماس‌های مردمی بوده‌اند که موضوعات و برنامه‌های

مختلفی دارند.

### «سمت خدا» و «جریان» پرمخاطب‌های هفته

رئیس رسانه ملی به تازگی از آماری

صحبت کرده که نشان از موفقیت

سریال‌ها در فضای روستا دارد. پیمان

جبلی اخیرا عنوان کرده است که

۷۸/۹ درصد مخاطبان رسانه ملی به

تماشای سریال‌هایی در فضای روستا

می‌نشینند و نسبت به این مساله

تمایل دارند. آن‌طور که رئیس رسانه

ملی بیان کرده، فضای روستا برای مخاطبان تلویزیون جذاب بوده

و برای تماشای آن مشتاق هستند. در گزارش پیش رو به برخی از

سریال‌هایی اشاره کردیم که قصه اصلی در فضای روستا شکل

گرفته و مخاطب با جذابیت‌های آن نقاط آشنا شده است.

#### چالش‌های نقی معمولی

شاید پیش از سریال پایتخت، برخی تولیدکنندگان با نگرانی دست

به تولید کارهایی می‌زدند که لهجه یا گویش يك منطقه خاص را

داشت. اما پایتخت و استقبال مخاطبان به خوبی نشان داد که

اگر به درستی به آن توجه شود و روایت دست اولی داشته باشد،

می‌تواند مخاطب را با خود همراه کند. پایتخت روایت بالا و پایین

خانواده نقی معمولی بود که هر بار با یک ماجرا روبه‌رو می‌شدند. با

این‌که این خانواده هر بار به یک منطقه می‌رفتند، امکالیت قصه در

فضای روستای شیرگاه و منطقه سرسبز شمال کشور بود.

#### روایت آقای خانزاده

«نون خ» با حال و هوای قصه‌های آقای خانزاده، یکی از بارزترین

نمونه‌های نمایش قصه در فضای روستاست که اتفاقا خیلی

توانست با سلیقه مخاطب همخوان باشد. نون خ

روایت اصلی خود را بر قصه خانواده آقای خانزاده

گذاشته بود و در چهار فصلی که روی آنتن رفت،

توانست با اقبال مخاطبان همراه شود. کارگردان

این کار سعید آقاخانی بود که خودش هم در

قامت شخصیت اصلی قصه، نقش آفرینی کرده

بود.

#### جذابیت‌های لرستان

مجموعه ایلدا به کارگردانی راما قوبیلد و

تهیه‌کنندگی سیدعلیرضا سیطا احمدی، از

جمله مجموعه‌های دیگری بود که فضای

روستا را برای مخاطب به نمایش می‌گذاشت.

ایلدا در لرستان تصویربرداری شده بود و سال

۱۳۹۹ روی آنتن رفت. از بازیگران این مجموعه

می‌توان به مجید مظفری، فاطمه گودرزی،

پوریا پورسرخ و خسرو شeraز اشاره کرد. ایلدا

توانسته بود با بیرون بردن لوکیشن‌های خود

از تهران، حال و هوای فضای روستا را برای

مخاطبان روایت کند.

#### همدان به روایت علی‌البدل

سریال علی‌البدل از دیگر مجموعه‌هایی

بود که توانست حال و هوای روستا را به

نمایش بگذارد. این مجموعه روایتگر

روستایی تاریخی به نام چشمه قل قل بود

که دو طایفه به نام آبیاری‌ها و آبثاری‌ها در

آن زندگی می‌کردند و به مرور برای حل برخی

مشکلات خود، شورایی تشکیل می‌دهند

که با برنامه رئیس جمهور برای ورود به روستا

همزمان می‌شود. علی‌البدل در روستاهای

ورگانه سیمین و شورین از توابع استان همدان

و بخش‌هایی از آن هم در روستای اشتراک واقع

از میان برنامه‌های شبکه سه سیما برنامه‌های «سلام صبح

بخیر» و «سمت خدا»، در شبکه دو برنامه‌های

«صبحانه ایرانی» و «یاورقی»، در شبکه آی فیلم سریال‌های

جذاب و متنوع و ویژه سریال «پایتخت»، در شبکه تماشا

سریال‌های جذاب و سرگرم‌کننده و در شبکه یک سیما

برنامه‌های «مکت» و «جریان» بیشترین سهم برنامه‌های

تلویزیونی در پیشنهادها، درخواست‌ها و قدرتی‌های

در شهرستان تويسرکان ضبط شد و از این منظر برای مخاطب

تماشایی شده بود.

#### روزهای روستایی

شروع قصه سریال روزهای آبی با مهاجرت معکوس بود تا به این

بهانه، فضای سرسبز شمال رایه نمایش بگذارد. قصه سریال روزهای

آبی درباره خانواده‌ای بود که بنا به دلایلی از شهر به روستا می‌رفتند

و تغییر سبک زندگی‌شان دستمایه اصلی داستان می‌شد. در واقع

شریک پدر خانواده پول هایش را ربوده بود و به

همین دلیل از دخترش می‌خواهد قبل از توقیف

خانه همراه خواهر و برادرش به شمال و روستا برود.

از همینجا بود که نمایش جذابیت‌های روستا در

سریال روزهای آبی آغاز می‌شد.

#### دنیای شیرین شمال

برای خیلی از آنهایی که در دهه ۷۰ یای تلویزیون

و تماشای سریال دنیای شیرین دریامی‌نشستند،

نمایش خانواده این سریال و زندگی‌شان در فضای

سرسبز شمال جذاب بود. این مجموعه در هر

قسمت یک چالش را نشان می‌داد که خانواده با آن

روبه‌رو می‌شدند و بچه‌ها تلاش می‌کردند همراه

خانواده در حل مشکل، سهیم شوند.

#### ارباب رعیت‌های پس از باران

شاید بسیاری از مخاطبان، شمال را با حال و هوای بارانی آن

شناسند و از همین جهت، سریال پس از باران با روایت درمی‌که

داشت، هوای بارانی شمال و غم خانم کوچک را به خوبی به مخاطب

مخاطبان در تماس با سامانه ۱۶۲ را به خود اختصاص دادند.

برخی از مهم‌ترین محورهای نظرات مخاطبان درباره برنامه‌ها

از این قرار است: درباره «سلام صبح بخیر» شامل تشکر از زیلا

صادقی برای اجرا و محتوای مفید برنامه؛ درباره «سمت

خدا»، شامل تشکر از محتوای آموزنده و حضور مهمانان

شایسته و درباره «صبحانه ایرانی»، شامل تشکر از محتوا و

نشاط‌آور و اجرایی توانمند و پرنانری جریان برنامه و....

«جام جم» از اقبال ۷۹ درصدی مخاطبان نسبت به مجموعه‌هایی با حال و هوای روستایی گزارش می‌دهد

# محبوبیت موقعیت روستا در سریال‌های تلویزیونی

#### درنگ

### آمارها خبر می‌دهند



رئیس رسانه ملی به نتایج نظرسنجی اخیر مرکز تحقیقات

سازمان صداوسیما پیرامون میزان تمایل مردم به تولید و

تماشای مجموعه‌های نمایشی در فضای روستا اشاره کرد و

گفت: ۶۳ درصد مخاطبان رسانه ملی اعلام کرده‌اند که تاکنون

شهر و استان خودشان را در مجموعه‌های تلویزیونی صداوسیما

ندیده‌اند؛ ۷۸/۹ درصد این پاسخگویان نیز گفته‌اند به تماشای

مجموعه‌های نمایشی علاقه‌مند هستند که در روستاها تولید

شود. پیمان جبلی در پنجمین نشست سراسری افق تحول که با

حضور مدیران ستادی و مدیران کل استان‌ها برگزار شد با اشاره

به نتایج نظرسنجی اخیر مرکز تحقیقات سازمان صداوسیما از

جامعه ایرانی پیرامون میزان

تمایل به تولید و تماشای

مجموعه‌های نمایشی در

فضای روستا گفت: ۶۳ درصد

مخاطبان رسانه ملی که

پاسخگوی این نظرسنجی

در سطح ملی بوده‌اند

اعلام کرده‌اند که تاکنون

شهر و استان خودشان را

در مجموعه‌های تلویزیونی

صداوسیما ندیده‌اند.

وی افزود: همچنین ۷۸/۹ درصد پاسخگویان

گفته‌اند به تماشای مجموعه‌های نمایشی

علاقه‌مند هستند که در روستاها تولید و

قصه خارج از تهران و حتی شهرهای بزرگ

روایت شود.

جبلی به این نکته اشاره کرد که اگر بخواهیم

راهبردها و مسیر تحولی پیش روی سازمان را با

فضای بی‌قواره‌ای که نقد‌های غیرمنصفانه را روانه

ما می‌کند تطبیق دهیم، هیچ‌گاه نباید به این ۶۳

درصد توجه کنیم! زیرا نه کسی مدافع حق‌شان

است و برای‌شان دل می‌سوزاند و نه کسی ما را

در سرمقاله‌ها و کانال‌های می‌نوازد که چرا به این

۶۳ درصد توجه نکرده‌ایم.

رئیس رسانه ملی ادامه داد: در چنین فضایی اگر

به این علاقه و رغبت مردم بی‌توجهی کنیم کسی از

ما خرده نمی‌گیرد؛ اما بالاین

حال این‌طور هم

نیست که چون این

قشر مدافعی نداردند

ما آنها را نادیده بگیریم.

#### فراخوان

### نام‌نویسی در «خانه ما»

با پایان فیلمبرداری فصل سیزدهم

مستند مسابقه «خانه ما»، فراخوان

نام‌نویسی در فصل چهاردهم این

رئالیتی‌شو برای مردم خونگرم بلوچ

منتشر شد. شهرهای زاهدان و

چابهار میزبان فصل جدید مسابقه خانه ما در فصل چهاردهم خواهند بود.

علاقه‌مندان برای شرکت در این مستند مسابقه تا ۱۲ بهمن فرصت دارند

فرم فراخوان را تکمیل کنند. این خانواده‌های علاقه‌مند به شرکت در فصل

چهاردهم رئالیتی‌شو خانه ما می‌توانند با مراجعه به سایت «خانه ما» به

نشانی khaneyema.nobin.tv طبق ضوابط مشخص شده در بخش ثبت‌نام،

فرم حضور در مسابقه را تکمیل کنند. خانه ما یک رئالیتی‌شو خانوادگی است

که با محوریت سبک زندگی، خلاقیت در مدیریت هزینه‌ها و ایجاد و حفظ نشاط

خانوادگی، با هدف معرفی آداب و رسوم و جذابیت‌های گردشگری شهرهای

مختلف ایران تولید و پخش می‌شود. فصل چهاردهم خانه ما محصول سازمان

هنری-رسانه‌ای اوج است که به‌روزی در استودیو نوین تولید می‌شود.



#### آنتن

### فیلم «ماموریت مخفی» در شبکه نمایش

فیلم بازا می‌تواند امروز ساعت ۱۳ به تماشای فیلم

کره‌ای «ماموریت مخفی» از شبکه نمایش بنشینند.

درام تاریخی ماموریت مخفی ساخت کره جنوبی

محصول سال ۲۰۱۹ به نویسندگی و کارگردانی اوم یو

نا است. این فیلم در ۹ ژانویه ۲۰۱۹ منتشر شد. این

عنوان به یک کلمه گویش کره‌ای قدیمی اشاره شد: که تقریبا به «جمع‌آوری واژگان» ترجمه