



شبکه‌های تلویزیون را تغییر داد

شبه‌ای تابهارستان



برنامه جمهوری‌ت با اجرای معصود صالح مفتاح با حضور ابراهیم رزاقی از شبکه افق

این برنامه در روزهای فرد از این شبکه پخش می‌شد. «میدان بهارستان» یک برنامه گفت‌وگو محور با کارشناسان خبره در حوزه‌های مختلف فرهنگی، اقتصادی، ورزشی و... بود و هدف برنامه‌ساز از تهیه این برنامه، استفاده از افراد با تجربه به عنوان کارشناس بود. آنها در این ویژه برنامه با توجه به تجربیاتی که در نهادهای مختلف داشتند، به بحث و گفت‌وگو درباره چگونگی نظارت بر قانونگذاری و رفع مشکلات می‌پرداختند.

«مشق دو» هم یک ویژه برنامه مخصوص نوجوانان بود که با شعار «گام‌های کوچک امروز، نقش بزرگ فردا» برای جلب نظر نوجوانان و رای اولی‌ها به انتخابات و مسؤولان تلاش می‌کرد. این برنامه یک تربیون آزاد برای نوجوانان بود تا در این روزها آزادانه به ارائه نظرات خود بپردازند. این برنامه شنبه‌ها، دوشنبه‌ها، چهارشنبه‌ها و پنجشنبه‌ها ساعت ۱۷ و ۱۰ دقیقه روی آنتن شبکه دو می‌رفت.

انتخاباتی شدن جدول پخش برنامه‌ها به شبکه سوم سیما هم سرایت کرد. آنها هم با ساخت برنامه‌های ویژه انتخابات از قافله عقب نماندند و با پخش برنامه‌هایی مثل «بدون توقف»، «رادیکال آزاد»، «این چند شب»، «کارستان» و برنامه «سلام صبح به خیر» به بررسی مسائل مربوط به انتخابات یازدهم مجلس و میان دوره خبرگان رهبری پرداختند

سروشکل انتخاباتی



انتخاباتی شدن جدول پخش برنامه‌ها به شبکه سوم سیما هم سرایت کرد. آنها هم با ساخت برنامه‌های ویژه انتخابات از قافله عقب نماندند و با پخش برنامه‌هایی مثل «بدون توقف»، «رادیکال آزاد»، «این چند شب»، «کارستان» و برنامه «سلام صبح به خیر» به بررسی مسائل مربوط به انتخابات یازدهم مجلس و میان دوره خبرگان رهبری پرداختند.

۷۰ کارشناس برای دومین گام

گروه سیاسی شبکه ۴ از ماه‌ها پیش ویژه برنامه «رادیو انتخابات» را تهیه و تدارک دید. در این برنامه مخاطب با شیوه جدیدی از برنامه‌های انتخاباتی آشنا می‌شد و در مقابل یک رادیو تصویر قرار می‌گرفت. در طول این برنامه ۷۰ کارشناس در زمینه‌های مختلف، درباره نقش مجلس در مسائل کشور به بحث و بررسی پرداختند. برنامه تخصصی «دومین گام» هم یک برنامه متفاوت از شبکه ۴ سیما بود. این برنامه مروری بر قانون‌نویسی مجلس در ۱۰ دوره گذشته بود و با بررسی گذشته درباره آینده اظهار نظر کارشناسی می‌کرد و هر روز ساعت ۱۲ ظهر روی آنتن می‌رفت.

یک میانبر مجلسی



شبکه پنج فهرست پرباری از برنامه‌ها را در کنداکتور روزانه خود گنجانده که تا زمان انتخابات ادامه داشت. «مجلسی‌ها» به گفت‌وگو با نمایندگانی پرداخت که در این دوره حضور ندارند و با کمک آنها رویدادهای دوره‌های قبلی مجلس را بررسی کرد. «انتخابات یازدهم»، «خبرگان ملت»، «اینجا تهران» و سریال «میانبر» هم از دیگر برنامه‌های انتخاباتی شبکه پنج سیما بود و با توجه به حساسیت این موضوع سایر برنامه‌های این شبکه هم تا جای ممکن رنگ و بوی انتخاباتی به خود گرفتند تا با نقش رسانه‌ها روز دوم اسفند انتخابات مطلوبی برگزار شود و مردم با آگاهی کامل پای صندوق‌های رای حضور پیدا کنند تا در نهایت از نتیجه آن رضایت داشته باشند.

برنامه‌های شبکه‌های استانی هم در این روز به اوج خود رسید. پوشش لحظه به لحظه حماسه حضور مردمی در این رویداد سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، به طوری که با ایجاد ۱۵۰۰ ارتباط زنده رادیویی و تلویزیونی با شبکه‌های سراسری و استانی حماسه حضور مردم اطلاع‌رسانی شد. همچنین تیم‌های برنامه‌ساز هم به تولید برنامه‌های ضبطی برای پخش در ساعات و روزهای دیگر پرداختند.

گروه‌های فنی، گزارشگران و تصویربرداران هم از ساعاتی پیش از شروع زمان رای‌گیری در حوزه‌های انتخابیه حضور یافتند تا از همان ابتدا تصویری جامع و روشن از این حماسه باشکوه به سراسر کشور و جهان مخابره کنند و این حضور و پوشش رسانه‌ای تا زمان اعلام نتایج انتخابات ادامه داشت. پخش نماآهنگ و موسیقی تصویرهای حماسی و گفت‌وگو با کارشناسان و مردم حاضر در صفوف اخذ رای از دیگر اقداماتی است که در دستور کار شبکه‌های استانی صداوسیما همزمان با دوم اسفندماه قرار داشت.

تولیدات متنوع

از جمله محتواهای رسانه ملی در بخش استان‌ها می‌شود به تولید آثاری مانند ۶ نماآهنگ، ۳۰ سرود، ۲۴۷۵ قطعه تصویری (شامل پوستر، عکس نوشت، اینفوگرافیک، کاریکاتور)، ۳۹۶۰ دقیقه موشن گرافیک، ویدئو کلیپ، پویانمایی، پادکست، ویدئو، ویدئوکامنت، ویدئوگرافی و ۱۱ هزار و ۸۸۰ دقیقه محتوا از بستر فضای مجازی اشاره کرد.

می‌خواهند مدیریت کار کشور را به عهده بگیرند. در برخی موارد، ملاحظات و مراقبت‌هایی صورت می‌گیرد و برای همین برنامه‌ها از شکل زنده در می‌آیند. حجم برنامه‌های زنده در رسانه زیاد است و در استان‌ها هم این مشکل وجود دارد. به هر حال ما باید کار کارشناسی انجام دهیم. در دوره آقای علی عسکری آنچه مطرح است، توجه به برنامه‌های برندمحور است و همچنین صیانت از این برنامه‌ها اهمیت دارد.»

جالب است بدانید شبکه‌های استانی روی ماهواره است و همه جای دنیا آنها را می‌بینند و سبک، مدل گفت‌وگو و سواد و... در معرض دید قرار می‌گیرد و به طور کلی کشور با اقلیم متنوع در شبکه‌های استانی دیده می‌شود. به گفته دارایی در روز انتخابات پوشش برنامه از هزار نقطه کشور به صورت زنده و تولیدی از شبکه‌های استانی و سراسری انجام شده و همچنین ۲۵۰ موشن گرافیک با موضوع انتخابات تولید شده است.

پرهیز از تکرار محتوا

مدیریت کنداکتور مهم‌ترین کار است که بیننده و شنونده احساس تکرار نداشته باشد و بدیهی است که این اتفاق باعث ریزش مخاطب می‌شود. معاون امور استان‌های صداوسیما می‌گوید: «سامانه‌ای طراحی شده است که به استان‌ها اجازه داده نمی‌شود که استان یک برنامه یا سریال را در شبکه‌ها تکراری برونند.»

به گفته دارایی روز ۲ اسفند که مردم پای صندوق‌های رای حاضر شدند