



خبر

«میراث کهن» به شبکه مستندرسید

مستند «میراث کهن» تولید جدید شبکه مستند سیما با موضوع معرفی پرونده‌های میراث فرهنگی ناملموس ثبت‌شده در سازمان جهانی یونسکو از امشب ۸ خرداد ساعت ۱۹ روی آنتن می‌رود.

به گزارش جام‌جم، تهیه‌کننده این مجموعه مستند گفت: کشورمان ایران به‌عنوان پرچمدار حفظ و اشاعه میراث فرهنگی ناملموس در دنیا شناخته می‌شود. بر همین اساس تصمیم گرفتیم سراغ پرونده این میراث‌های فرهنگی ناملموس رفته و آنها را از ابعاد مختلف روایت کنیم. به‌صورت کلی، کشورمان ۱۵ پرونده میراث فرهنگی ناملموس ثبت‌شده در سازمان جهانی یونسکو دارد که در این فصل از مجموعه مستند میراث کهن، سراغ پنج پرونده مهم آن که درباره موضوعاتی نظیر «آیین‌های پهلوانی و زورخانه‌ای»، «تعزیه»، «فرش فارس»، «نقالی و داستان‌سرایی» و «چوگان» است رفته‌ایم و حاصل آن پنج مستند حدوداً ۴۵ دقیقه‌ای شده‌است. ایمان حسین‌تاش افزود: این پرونده‌ها را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد:

اول آیین‌هایی که رو به اضمحلال هستند، مانند نقالی که در حال از بین رفتن است و باید از آن پاسداری کرد و دوم خرده‌فرهنگ‌هایی که توسط گروه‌هایی در مناطق مختلف کشورمان ایجاد شده و دارای تأثیرگذاری است. تمام این پرونده‌ها از نظر سیاسی، فرهنگی، ژئوپلتیکی و... دارای اهمیت بوده و ثبت آنها در یونسکو برگ برنده‌ای برای ما در منازعات سیاسی است. مثلاً ثبت صنعت لنج‌سازی در استان‌های جنوبی کشورمان تحت عنوان «دریانوردی و لنج‌سازی حوزه خلیج فارس» در یونسکو امتیاز ویژه‌ای است چراکه بار دیگر نام خلیج فارس را ثبت می‌کند.



حسین‌تاش درباره روند تحقیق و پژوهش این مجموعه مستند گفت: از ۹ – ۸ سال پیش پژوهش‌های مربوط به این مجموعه را زیرنظر گروهی هفت نفره آغاز کردیم و به صورت متمرکز حدود پنج سال پژوهش داشتیم. برای مثال سراغ پژوهش‌های قبلی که در سال‌های گذشته انجام شده بود رفتیم و آنها را جمع‌آوری کردیم. همچنین سراغ کارشناسانی رفتیم که در این پژوهش‌ها کار کرده بودند. علاوه بر این، سراغ باستان‌شناسان دانشگاه پاریس رفتیم. خیلی از آنان ایرانی بودند و به ماکمک کردند.

وی ادامه داد: در مورد اسناد و مدارکی که در ایران وجود نداشت سراغ موزه‌هایی در خارج از ایران رفتیم. بسیاری از این اسناد در کتابخانه‌های ملی و موزه‌های دیگر کشورها پخش شده بود و آنها را که در قالب عکس، ویدئو و صوت بودند جمع‌آوری کردیم. علاوه بر این، کتاب‌ها و نسخ خطی وجود داشت که در آنها درباره این میراث فرهنگی صحبت شده بود. این کتاب‌ها را از سراسر ایران جمع‌آوری کردیم.

تهیه‌کننده مستند میراث کهن در مورد جمع‌آوری اسناد پژوهشی توضیح داد: به‌دلیل تمرکزی که بر موضوع میراث فرهنگی ناملموس و آیین‌های هنری داشتم، بسیاری از پژوهشگران هر حوزه را می‌شناختم. سراغ آنان رفتیم تا اسناد و پژوهش‌هایی که دارند را در اختیار ما قرار بدهند. در حوزه چوگان، تعزیه و نقالی توانستیم اطلاعات خوبی را جمع‌آوری کرده و با تحلیل آنها در فیلم ارائه بدهیم. برای مثال در هنر نقالی، چند فرم از آن را نشان داده و تحلیل کردیم. در چوگان اسناد ۳۰۰۰ساله و ۲۵۰۰ ساله را برای اولین بار نشان دادیم. جالب است بدانید که هنری مثل چوگان با ارزش‌ترین میراث فرهنگی ناملموس در نظر یونسکو است. در این مستند نشان دادیم که چوگان یک فرهنگ ساده نبوده بلکه دارای اسناد و قوانین مختلفی بوده‌است. در فرش فارس چند سند از بافت‌های بسیار پیچیده که در بین عشایر رواج داشته‌است را ارائه کردیم.

مجموعه مستند میراث کهن به کارگردانی امیر شریفی و تهیه‌کنندگی ایمان حسین‌تاش از امشب ۸ خرداد روی آنتن شبکه مستند می‌رود و تا چهارشنبه هر روز ساعت ۱۹ پخش خواهد شد.



این برنامه با نگاهی طنز به موضوع «قصاوت» اختصاص داشته و با پخش آیتم‌های طنز و نمایش‌های کوتاه به این موضوع می‌پردازد. لیخند ایران را می‌توان هر روز ساعت ۱۲ از رادیو صبا شنید. این برنامه با اجرای مریم خادم‌پور و تهیه‌کنندگی مینا شعبانی راهی آنتن می‌شود.

صدرنشینی دوباره «ماه خدا»

بر اساس نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی حدود ۲۱/۳ درصد از مردم مخاطب ویژه‌برنامه‌های سحر تلویزیون در رمضان امسال بوده‌اند که در مقایسه با برنامه‌های سحر رمضان سال گذشته ۴/۰ درصد افزایش مخاطب داشته‌اند.
در میان برنامه‌های سحر سیما در رمضان ۱۴۰۰، «ماه خدا» از شبکه یک سیما با ۱۵/۳ درصد مخاطب و رضایت بیش از ۹۱ درصد در حد زیاد در صدر برنامه‌های سحر سیما قرار گرفت. «ماه من» از شبکه سه سیما با ۱۷/۵ درصد مخاطب و رضایت ۹۴/۳ درصد در حد زیاد در رتبه دوم برنامه‌های سحر تلویزیون قرار گرفت و بعد از آن «همهان خدا» از شبکه قرآن و معارف سیما، «وقت سحر» از شبکه افق، «به افق بهشت» از شبکه دو سیما، «سجاده» از شبکه پنج سیما، «نواهای رضائی» از شبکه آموزش، «رفیق» از شبکه امید و «سحوری» از شبکه چهارسیما در رتبه‌های سوم تا هفتم ویژه‌برنامه‌های سحر سیما قرار گرفتند.

درخشش «زندگی پس از زندگی»

نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی نشان می‌دهد بیش از ۳۳/۴ درصد مردم در لحظات افطار امسال پای ویژه‌برنامه‌های افطار رسانه ملی نشسته‌اند که این میزان نسبت به رمضان سال ۲۱/۰۹۹ درصد رشد مخاطب را نشان می‌دهد.
بر اساس این نظرسنجی، برنامه‌های «زندگی پس از زندگی» از شبکه چهار سیما با ۲۶/۲ درصد مخاطب و کسب رضایت ۹۳/۱ درصد، «دعوت» از شبکه یک سیما با ۲۴/۷ درصد مخاطب و کسب رضایت ۷۸/۷ درصدی و «مثل ماه» از شبکه سه سیما با ۱۹/۷ درصد مخاطب و کسب رضایت ۸۰ درصدی، پربیننده تر از دیگر برنامه‌های ویژه افطار سیما بوده‌اند.

«زندگی پس از زندگی» که دومین فصل خود را پشت سر گذاشت نسبت به فصل اول که رمضان ۹۹ پخش شد، حدود ۲۰ درصد رشد مخاطب داشته است که جهشی تامل برانگیز است.
«ضیافت» از شبکه قرآن و معارف سیما، «آدم‌های خوب شهر» از شبکه دو، «ماه ماه» از شبکه سلامت، «شهر زیبا» از شبکه پنج، «رفیق» از شبکه امید، «بی‌انتها» از شبکه نسیم و «چشمه» از شبکه افق به ترتیب در رتبه‌های چهارم تا دهم قرار گرفتند.

بیش از ۳۰ درصد پیگیر ترتیل خوانی

بر اساس نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی ۳۰/۱ درصد مردم در رمضان امسال پای برنامه‌های ترتیل خوانی قرآن کریم سیمای رسانه ملی نشسته‌اند که شبکه سه سیما با ۱۲/۶۲ درصد مخاطب در صدر شبکه‌های سیما از این منظر ایستاده است.
شبکه‌های یک و دو سیما به ترتیب انتخاب‌های دوم و سوم مردم در ترتیل خوانی قرآن کریم بوده‌اند.
بیش از ۲۳ درصد از مردم هم در رمضان ۱۴۰۰ پای سخنرانی‌های مذهبی سیما از شبکه‌های مختلف نشسته‌اند و در این میان شبکه سه با ۹/۳ درصد مخاطب در رتبه نخست شبکه‌ها قرار گرفته است.
شبکه‌های یک و دو سیما بعد از شبکه سه در رتبه‌های دوم و سوم جذب مخاطب سخنرانی‌های مذهبی قرار گرفتند.
حدود ۲۷ درصد مردم هم بر اساس نظرسنجی مرکز تحقیقات بیننده مناجات خوانی از شبکه‌های مختلف سیما بوده‌اند که در این میان شبکه یک سیما با ۱۰/۶ درصد مخاطب، افراد بیشتری را پای خود نشاندۀ است و شبکه‌های سه و دو سیما از این منظر در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.
نظرسنجی مرکز تحقیقات همچنین نشان می‌دهد ۴۳/۴ درصد مردم بیننده برنامه‌های عید فطر از شبکه‌های سیما بوده‌اند. ۱۷/۹ درصد این ویژه‌برنامه‌ها را بیشتر از شبکه سه و ۱۶/۸ درصد هم از شبکه یک سیما تماشا کرده‌اند. شبکه‌های دو، استانی و پنج، دیگر انتخاب‌های مخاطبان برای تماشای ویژه‌برنامه‌های روز عید سعید فطر بوده است.

رادیو صبا با «لبخند ایران» کام مخاطبان را شیرین می‌کند

سایر استان‌ها از رادیو صبا پخش می‌شود و این برنامه طنز هر روز صدای هنرمندان طنز را از خطه‌ای از ایران به گوش مخاطبان رادیو صبا می‌رساند. امروز برنامه شاخه‌نات، از برنامه‌های استان مرکزی، از رادیو صبا پخش می‌شود.

«لبخند ایران» عنوان برنامه‌ای طنز از مراکز استان هاست که امروز

۸ خرداد «شاخه‌نات» از برنامه‌های طنز استان مرکزی را به مخاطبان تقدیم می‌کند.

به گزارش جام‌جم، لیخند ایران با هدف آشنایی مخاطبان با هنرمندان



دومین نظرسنجی مرکز تحقیقات از برنامه‌های رضائی رسانه ملی منتشر شد

تماشاگران ۸۲ درصدی رمضان

نخستین نظرسنجی مربوط به برنامه‌ها و سریال‌های صداوسیما ۱۹ اردیبهشت امسال منتشر شد و حالا در پی آن نتایج دومین نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی در خصوص برنامه‌های رضائی صداوسیما انتشار یافته است که خبر از حدود ۸۲ درصد مخاطب داشتن سیما در این ایام می‌دهد. در اینجا نگاهی به نتایج این بررسی داشتیم و میزان مخاطبان و رضایت آنها از برنامه‌ها و سریال‌های روزهای رضائی ۱۴۰۰ را آورده‌ایم.

نوشین مجلسی
رسانه

«احضار» اول شد



در جایگاه سوم سریال‌های رضائی سیما در سال ۱۴۰۰ قرار گرفته است، فصل چهارم «بچه مهندس» نسبت به فصل سوم ۱/۴ درصد افزایش مخاطب داشته است. اما مخاطبان فصل سوم ۸۴/۸ درصد در حد زیاد از آن رضایت داشته‌اند و ۷۴/۸ درصد مخاطبان فصل چهارم که امسال پخش شد، رضایت در حد زیاد خود را از این مجموعه به ثبت رسانده‌اند.

همان‌گونه که دیده می‌شود هر چند تعداد مخاطبان احضار از دو سریال دیگر بیشتر بوده است اما طبق این گزارش از نظر میزان رضایت مخاطبان در ردۀ سوم قرار دارد.

مقایسه میزان بیننده مجموعه‌های جدید نمایشی سیما در ماه مبارک رمضان نسبت به سال گذشته نشان می‌دهد میزان بیننده این مجموعه‌ها افزایش داشته است و از معدود ماه رمضان‌هایی است که سه سریال بالای ۴۳ درصد مخاطب به ثبت رسیده است.

نگاه نامزدهای ریاست جمهوری به نقش رسانه ملی در انتخابات

به هیچ وجه محافظه‌کاری نکند. صداوسیما باید فضا را به سمت شفافیت ببرد تا مردم انتخابی اصلح داشته باشند. صداوسیما شروع خوبی در انتخابات داشت و امیدوارم با همین روال پیش برود.

از رسانه ملی برای دقت و زمانی که اختصاص می‌دهد، تشکر می‌کنم

محسن مهرعلیزاده، داوطلب سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری نخستین برنامه تبلیغاتی قانونی خود را در قالب برنامه «دومین‌گام» در رادیو اقتصاد ضبط کرد. به گزارش روابط‌عمومی رسانه ملی، مهرعلیزاده بعد از ضبط برنامه در جمع خبرنگاران گفت: برنامه‌هایی که در رسانه ملی ملاحظه کردم، با دقت و باکیفیت ساخته می‌شوند. بسیار تأثیرگذار خواهند بود و از این روند راضی هستم. وی با بیان این‌که از نظر تعدد برنامه‌ها صداوسیما خوب اندیشیده است، گفت: امیدوارم عدالتی که در زمینه کمیت رعایت‌شده در زمینه کیفیت نیز رعایت شود. از رسانه ملی برای وقت و زمانی که اختصاص می‌دهد تشکر می‌کنم.

برنامه‌های رسانه ملی، برای آگاهی بخشی به مردم ثمربخشند

سیدامیرحسین قاضی‌زاده‌هاشمی، جوان‌ترین نامزد سیزدهمین انتخابات ریاست جمهوری در برنامه «رئیس جمهور» از برنامه‌هایش با مردم سخن گفت. قاضی‌زاده‌هاشمی پس از ضبط این برنامه درباره ویژگی تبلیغات نامزد‌ها در رسانه ملی گفت: این برنامه‌ها ثمربخش و مفیدند و من در اولین برنامه تلویزیونی‌ام با مردم رویکردهای دولتم را تشریح و بر اصلاح نظام حکمرانی تأکید کردم. این نامزد ریاست جمهوری با اشاره به فضای گرم و صمیمی استودیو ی۱۳، دکور برنامه را دلنشین و مناسب توصیف کرد.

رسانه ملی در انتخاب آگاهانه مردم فوق‌العاده موثر است

علیرضا زاکانی هنگام ضبط اولین برنامه تبلیغات تلویزیونی خود گفت: امیدوارم مردم از طریق برنامه‌های رسانه ملی ضمن مرور کارنامه گذشته نامزد‌ها برنامه‌های پیش‌ویشان را مدنظر قرار دهند. زاکانی درباره نقش صداوسیما در انتخاب آگاهانه مردم گفت: این نقش را فوق‌العاده موثر می‌دانم و امیدوارم رسانه ملی روزبه‌روز امکانی را فراهم کند که ملت ایران با نامزد‌ها بیشتر آشنا شوند؛ هم کارنامه گذشته آنها را مرور کنند و هم برنامه‌های آنها را برای تحول مدنظر قرار دهند.

صداوسیما وسیله‌ای برای شناخت بهتر نامزدهاست

عبدالنصر همتی گفت: برنامه‌های انتخاباتی صداوسیما سبب می‌شود مردم به شناخت بهتری از نامزد‌ها برسند. عبدالنصر همتی، نامزد سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری درباره نقش رسانه ملی در انتخابات این دوره گفت: من در این دوره اصلاً قصد تبلیغات هزینه‌دار و میدانی را ندارم؛ اکنون صداوسیما و فضای مجازی مهم‌ترین ابزار ارتباطی ما با مردم است. صداوسیما با برنامه‌ها و مناظره‌ایی که می‌گذارد این اختیار را به مردم می‌دهد که بدانند چه کسی وعده‌های عوام‌فریبانه می‌دهد و چه کسی واقعا برنامه دارد. این نامزد انتخابات با بیان این‌که صداوسیما باید کمک کند مردم نسبت به نامزد‌ها شناخت بهتری پیدا کنند، گفت: در این صورت مشارکت حداکثری مردم محقق می‌شود.

کاندیداهای ریاست جمهوری در حاشیه حضور در برنامه‌های صدا و سیما از تأثیر رسانه ملی در معرفی نامزد‌ها، آگاهی بخشی به مخاطبان و ... گفتند.

تأکید رئیس‌ی بر نقش تعیین‌کننده رسانه ملی در انتخابات

سیدابراهیم رئیس‌ی، نخستین برنامه تبلیغاتی قانونی خود را برای گفت‌وگو با مردم در رادیو اقتصاد ضبط کرد. رئیس‌ی بعد از ضبط برنامه در جمع خبرنگاران درباره رویکرد رسانه ملی در انتخابات گفت: امروز در وضعیت فعلی مهم‌ترین نقش رسانه ملی، رساندن پیام نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری به مردم و رساندن خواست مردم به نامزدهاست. نقش رسانه ملی در انتخابات امسال بسیار تعیین‌کننده است، به‌طوری‌که امروز ارتباطات استانی و امکان تجمع جمعیت وجود ندارد و اینجاست که رسانه ملی می‌تواند نقش پررنگ خود را ایفا کند و سخنان نامزد‌ها را به گوش مردم برساند. این نامزد انتخابات با تأکید بر این‌که نقش رسانه ملی و دیگر رسانه‌ها مثل رسانه‌های مجازی در این انتخابات بسیار مهم است، گفت: رسانه ملی در انتخابات امسال سه وظیفه خطیر را برعهده دارد. نخست آگاهی بخشی مسؤو‌لانه، دوم سرعت در این آگاهی بخشی و سوم صدق و راستی در این آگاهی بخشی که هر سه این عوامل پایه‌های اصلی آگاهی بخشی به ملت است و می‌تواند اعتماد مردم را جلب کند.

نقش رسانه ملی در انتخابات پررنگ‌تر از هر سال است

سعید جلیلی، داوطلب سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری نخستین برنامه تبلیغاتی قانونی خود را برای گفت‌وگو با جوانان در قالب برنامه «صدای جوان» در رادیو جوان ضبط کرد. جلیلی بعد از ضبط برنامه خود در جمع خبرنگاران گفت: رسانه ملی همیشه نقش مهمی در برگزاری انتخابات داشته و امسال هم که بیماری کرونا همه‌گیر شده این نقش پررنگ‌تر هم شده است. عرصه انتخابات عرصه انتخاب مردم است و زمانی انتخاب شایسته صورت می‌گیرد که برنامه‌های نامزد‌ها برای مردم تبیین شده باشد که وظیفه این تبیین بر عهده رسانه ملی است. رسانه ملی باید برنامه‌های اقناع‌کننده داوطلبان را به گوش مردم برساند تا مردم بتوانند انتخاب اصلح داشته باشند. داوطلب شرکت در انتخابات ریاست جمهوری سیزدهم با اشاره به برنامه‌های پیش‌بینی‌شده در رسانه ملی گفت: امسال که امکان برگزاری جلسات حضوری را نداریم نقش صداوسیما پررنگ‌تر شده و باید این جلسات بحث بیشتر فراهم شود و نامزد‌ها هم مناظره داشته باشند و بحث و تبادل نظر کنند. برنامه‌هایی که رسانه ملی تنظیم کرده برنامه‌های خوبی است، مثل همین برنامه امروز که در رادیو بود و ما با جوانان به پرسش و پاسخ پرداختیم و سوالات و مشکلات جوانان مستقیماً به گوش ما رسید.

رسانه ملی در انتخابات ۱۴۰۰ شروع خوبی داشت

محسن رضایی، داوطلب سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری نخستین برنامه تبلیغاتی قانونی خود را برای گفت‌وگو با مردم در رادیو فرهنگ ضبط کرد. رضایی بعد از ضبط برنامه خود در جمع خبرنگاران با اشاره به رویکرد رسانه ملی در انتخابات گفت: از رسانه ملی که عوامل شایسته و باتجربه‌ای در آن مشغول به خدمت هستند می‌خواهم این انتخابات را بسیار جدی بگیرد. انتخابات امسال و دولت آینده حساس‌ترین آنها بعد از انقلاب است چون این روز‌ها با ابرمشکلات زیادی روبه‌رو هستیم، من از رسانه ملی می‌خواهم

سریال «احضار» با ۸۱٫۷ درصد بیننده، بیشترین تعداد مخاطبان را داشته‌است

نویسن مجلسی

رسانه