

مداحی در رادیو محرم محدود به مداحان معروف نیست

مسعود کاویانی، مدیر رادیو محرم در پاسخ به این سؤال که از آنجایی که عمده محتوای رادیو محرم مداحی و مرثیه خوانی است، چه مداحی هایی برای پخش انتخاب می شوند؟ گفت: ما فایل صوتی مداحی اکثر مراسم های عزاداری، حسینیه ها و هیات را می گیریم، تقطیع اولیه انجام می دهیم و بعد برای نظارت به پخش نظارتی سازمان صداوسیما می فرستیم. پخش نظارت مداحی ها را از لحاظ سندیّت، ساختار، لحن و... بررسی می کند، اگر مداحی ای

بارکت فراموش نشدنی

جمهوری، نگاهی به اقدامات تحولی این سازمان در این ایام داشتیم

به نظرم در این مناظره ها عدالت و انصاف کاملاً رعایت شد. جهان بین درباره اجرا و مدیریت مناظره ها گفت: مهدی خسروی در این مناظره ها به درستی و با تسلط خوب توانست ظاهر شود و عملکرد خوبی هم داشت.

محمد صالح مفتاح، دبیر ستاد انتخابات صداوسیما هم در خصوص ادامه مناظره های سیاسی در تلویزیون و احیای مناظره های رودر رو تأکید کرد: امیدوارم بتوان مناظره های جدی سیاسی را احیا کرده و ارتقا داد، چون همه می دانند شش نامزد در کنار هم که نمی توانند مناظره درست و تأثیرگذاری برگزار کنند؛ هر قدر هم تلاش کنیم و بخواهیم، این نکته محقق نخواهد شد اما در جایی که تعداد کمتر شود، مناظره واقعی شکل می گیرد. ان شاء...

این مناظره های دو به دو را در انتخابات، خصوصاً ریاست جمهوری شاهد باشیم.



محسن شاکری نژاد، رئیس مرکز تحقیقات صداوسیما هم درباره آمار بینندگان مناظره ها عنوان کرد: میزان مخاطب مناظره یک و دو در دور دوم ۵۶/۵ درصد بود. چون تحقیق به صورت میدانی انجام شد در سطح شهر، شهرستان ها و روستاهای سطح کشور از دقت والایی برخوردار است. گزارش های نظرسنجی دوره قبل مرکز تحقیقات در سال ۱۴۰۰ نشان می دهد که مخاطبان مناظرات آن دوره، ۵۰/۵ بود که در این فاصله ما ۶ درصد افزایش مخاطب مناظره ها را در دور دوم انتخابات ریاست جمهوری شاهد هستیم.

انتخاب روی موح

شبکه های رادیویی در ایام انتخابات ویژه برنامه های مختلفی را راهی آنتن کردند. از جمله اصلی ترین برنامه ها می توان به پاستور ۱۴ اشاره کرد. در این برنامه نماینده نامزدها با یکدیگر به مناظره می پردازند. سیدوحید موسوی، مدیر گروه سیاسی اجتماعی رادیو گفت و گو و مسئول مناظره انتخاباتی پاستور شماره ۱۴ به جام جم گفته بود: تلاش ما در رادیو، ایجاد رقابت سالم میان نمایندگان نامزدهای ریاست جمهوری برای مباحث مناظره است. سوالات توسط خود شبکه ها طراحی و بعد جهت بررسی در ستاد انتخابات معاونت صدا، به ستاد انتخابات سازمان ارسال و تأییدیه نهایی گرفته شده است. نامزدها محورها و سوال ها را در اختیار دارند تا

امید	ورزش	فرهنگ
۷۳:۵۸	۳۹:۵۸	۱۶۶۷:۰۶

تأیید شد. بعد از بالایش نهایی آماده پخش می شود. کاویانی درباره نحوه انتخاب مداحان برای پخش از رادیو محرم توضیح داد: ما سعی می کنیم از مداحان کل کشور استفاده کنیم و فقط محدود به مداحان معروف نیست، تا آلاّن هم از توجه های ۶۰ مداح در رادیو محرم استفاده کردیم. وی با بیان این که در این رادیو حدود ۷۰ تا ۸۰ درصد محتوا به پخش مداحی، مرثیه، روضه خوانی و مابقی به برنامه های کوتاه و قطعات کوتاه سخنرانی اختصاص دارد، بیان کرد:

افزود: خوشبختانه در صحبت هایی که شنیدیم و در قالب مصاحبه هایی که مطرح کردند نکته منفی عنوان نشد و هر دو، این مناظره ها فرصت خوبی عنوان کردند تا دیدگاه های همدیگر را به چالش بکشند و به شبهات موجود و پیش آمده در جامعه هم پاسخ دهند.

زنجریه برنامه ها

گفتیم که برنامه های رسانه ملی بر پوشش و تأمین نیازهای مخاطبان با سلاقی مختلف اهتمام داشت اما با نگاه از زاویه ای جدید می توان ادعا کرد، خط اتصال این برنامه ها متنوع نه فقط موضوع انتخابات، بلکه فضای مکمل هر یک بود. با بیانی روشن تر باید گفت برنامه های مختلفی که در این ایام روی آنتن رفتند، هر یک به نوعی تکمیل کننده دیگری بودند و ارتباطی زنجریاور میان آنها مشهود بود. برای مثال پخش برنامه زمانه پس از مناظره ها و نگاه تحلیلی به رخ داده ضمن ارائه آمار به مخاطبان یکی از خط ربط ها بود. همچنین چیدمان و دقت در نوبت پخش برنامه هایی با موضوع زنان یا گفت و گوهایی با لحن نرم تر در کنار بحث ها تخصصی همانی است که یازل شناخت نامزدها را از طریق رسانه ملی کامل می کرد.

بیش از ۱۲۵۰ ارتباط زنده با نقاط مختلف

معاونت فنی نیز در دومین دور از انتخابات ریاست جمهوری همانند دور اول با تمام توان و تجهیزات پای کار بود تا حماسه جمهوری را هر چه باشکوه تر به تصویر بکشد. اداره کل ارتباطات زمینی و ماهواره ای با توجه به حجم گسترده و متنوع، بر اساس روال گذشته با امکانات کامل خود، برای به تصویر کشیدن حضور پرشور مردم ایران در انتخابات، اقدام به استقرار افراد و تجهیزات فنی تان، واحد ارتباطات زنده با یکاگیری نیروهای متخصص و تجهیزات پیشرفته، به منظور ثبت حضور باشکوه و مقدرانه مردم در پای صندوق های رأی، در روز پنجشنبه اقدام به استقرار و آزمایش سیگنال در ۱۴ نقطه مختلف تهران و شهرستان های استان کردند. علاوه بر این، پوشش ویژه ای از برنامه های انتخابات ریاست جمهوری در روز جمعه ۱۵ تیر سال ۱۴۰۳، توسط شبکه های یک، سه، پنج و ورزش سیما ارائه شد. امور ایستگاه های ماهواره ای در همکاری با مدیریت ارتباط زنده، برای تسهیل پوشش مناسب مراسم انتخابات، برنامه ریزی دقیقی انجام داد. در صبح روز ۱۵ تیر همه SNG ها که از دو روز قبل تست و آزمایش شده بودند، در مکان های جدید مجدداً آزمایش و فرکانس های مربوطه تنظیم شد تا در طول برنامه، تحت نظارت دقیق باشند و از بروز هرگونه مشکلی از قبیل نویز یا نوسانات توان جلوگیری شود. کارشناسان امور پشتیبانی ما کروویو و بی سیم با تعویض آنتن های تمام جهت تکرار کننده سیما، به تخصیص فرکانس ها و برنامه ریزی پرداختند و ۱۵ دستگاه بی سیم دستی متعلق به معاونت سیما را راه اندازی کردند. همچنین تکرار کننده های جماران، جام جم و سیما پروگرام شد و فرکانس های مربوطه تخصیص یافت. در امور پشتیبانی فبر نوری، فعالیت های متعددی انجام گرفت که شامل HD سازی خط ارتباطی حرم شاه عبدالعظیم الحسنی (ع) به جام جم در تاریخ ۱۴ تیر سال ۱۴۰۳، آزمایش و بررسی تمام خطوط STM-1 بین تهران و مراکز، آزمایش و تحویل خطوط برگشت به مراکز و تحویل سیگنال به نودال مرکزی، آزمایش و بررسی خطوط ارتباطی ایستگاه جماران و تمام خطوط ارتباطی بریدیس جام جم بود.

اداره کل فنی پخش با تلاش های بی وقفه همکاران خود، فعالیت های گسترده ای انجام داد. این فعالیت ها شامل تهیه و ارائه قاب های ۳۳ تصویری با کیفیت HD و SD از مراکز استان ها و قاب های ۱۲ تصویری از نقاط مختلف شهر تهران بود که در شبکه های مختلف تلویزیونی به کار رفت. همچنین سرویس و پشتیبانی فنی برای همه برنامه های زنده تلویزیونی، رادیویی و خبری از ساعت ۶:۳۰ صبح روز جمعه تا ۳ بامداد روز شنبه به کار گرفت و بیش از ۸۴۰ ارتباط زنده با صداوسیما استان ها برقرار شد که در مجموع بیش از ۳۰۰۰ دقیقه به طول انجامید.

ایجاد زمان ثابتی برای پخش تلاوت قرآن مرتبط با قیام حسینی، پخش ثابت و منظم احکام مربوط به عزاداری، توجه به پیرغلامان و نوگلان حسینی از جمله اقدامات ما در رادیو محرم به شمار می آید. به گفته مدیر رادیو محرم، رادیو اربعین هم که به مناسبت رستاخیز عظیم پیاده روی عاشقان اباعبد...الحسین (ع) در ماه صفر فعالیت دارد، بیشتر مبتنی بر اطلاع رسانی، مطالبه گری از مسئولان برای رفع موانع و ایجاد تسهیل برای این واقعه ارزشمند است.



انتخابات وتبلیغات در رسانه ملی



ساختار رسانه ای چون رسانه ملی در جامعه ما متأثر از قانون اساسی، ساختاری انحصاری است. همین نکته، انتظارات از این رسانه برای نزدیکی هر چه بیشتر به مفهوم «ملی» و دیدن همه اندیشه ها و نگرش ها و افراد در جغرافیای متکثر از اقوام ایران را بیشتر می کند. در ایام انتخابات، به ویژه انتخابات ریاست جمهوری که

کمترین نامزدها برای رسیدن به درصد بالایی از نگرش و تمایل مردم ایران به خود، حضور دارند، رسیدن به نگاه ملی و حفظ وحدت اندیشه ها و آحاد جامعه به دور عنوان ایران، کاری سخت و البته سترگ است. چه باید بکند تا بیشترین مردمان متعلق و سرشته با نام ایران، به بیشترین رضایت برسند؟ چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران که پیامد واقعه ناگهانی سقوط هلیکوپتر رئیس جمهور شهید، آیت...آ، ابراهیم رئیسی، رخ داد، همه دست اندرکاران در هر بعدی اعم از اداری و اجرایی، تقنینی و... و تألیفیه را به فشاری برای رسیدن به سریع ترین الگوی کار گرفتار کرد. در بعد تبلیغی، صداوسیما، سهم اصلی را داشت و همه ابزارهای رسانه ای امروز اعم از رسانه های سنتی و خبرگزاری ها و رسانه های مکتوب و همین طور شبکه های حاضر در فضای مجازی را به خود مشغول و معطوف کرد و هر برنامه ای که از این رسانه طراحی و به اجرا درآمد، منبع مباحث بعدی میان درگیران سایر ابزارهای تبلیغی شد و مردم علاوه بر بهره برداری مستقیم از برنامه های رسانه ملی، در توالی این امکان، از بازخورد های گفتاها و رفتارهای مکمل تولید شده در سایر ابزارها، استفاده کردند. طراحی مناظره های آشناکه

برنامه های معاونت صدا برای انتخابات

دور اول

۲۲۶۶ ساعت

دور دوم

۷۸۰ ساعت

مجموع

۳۴۶ ساعت

توضیحات رئیس رسانه ملی در مورد برخی شائبه ها

پیمان جبلی، رئیس رسانه ملی روز گذشته در حاشیه جلسه هیأت دولت در گفت و گو با خبرنگاران در پاسخ به پرسشی مبنی بر شائبه هایی درباره حضور برخی افراد و تأثیرگذاری آنها بر روند کار رسانه ملی در برنامه های انتخابات توضیح داد: تمام کسانی که ممکن بود شبهه خلاف قانون بودن حضورشان در صداوسیما برای انتخابات وجود داشته باشد، قبل از انتخابات به مرخصی رفتند و بعد از انتخابات برگشتند.

تمام کسانی که نام بردید و حتی نمی دانید و فقط ما می دانیم، مرخصی گرفتند و اکنون برگشته اند.



در ۲۰ سال اخیر شاخصی برای ایام انتخابات ریاست جمهوری شده و چگونگی اجرای آن، برنامه اصلی بوده و دیگر مناظرات تخصصی با حضور نامزدها و سپس مناظرات متنوع از نظر موضوع با حضور نمایندگان تخصصی نامزدها، متمم آن بود. مناظرات مستقیم از مناظرات شش نفره با استفاده از پرسش های از قبل اعلام شده از سوی کارشناسان و مردم، شکل گرفت و به صورت طبیعی، رسانه ملی کوشید تا از شائبه جهت دادن به پرسش و پاسخ به سمت نامزدی خاص، به دور بماند. همچنین رفتار مجری رسانه ملی در مناظرات مرحله دوم، متأثر از بازخورد مثبت پرسش های طراحی شده و بعضاً ناگهانی از سوی کارشناسان انتخابی و اکثراً از خارج رسانه ملی در مناظرات تخصصی فرهنگی، سیاسی و... بود. ناگهانی بودن پرسش ها، نزدیکی به موضوعات حاضر در آذهان کارشناسان و سیاستمداران و مردم را نشان داد. این روش، توجه به مناظرات طراحی شده و به اجرا درآمده را بسیار فراتر از گذشته کرد. همچنان که طراحی حضور کارشناسان همراه نامزدها در مناظرات تخصصی و نحوه کش و واکش آنان به پرسش ها و رفتارهای بروز یافته، جذابیت و هیجان را افزایش داد. مجموعه این نوع پردازش محتوا و اجرای آن و حتی اجازه دادن مناظره و مباحثه بی واسطه و صریح دو نامزد مرحله دوم در انتهای مناظره نخست شان در این مرحله که بشدت هیجان ها را افزایش داد، در برانگیزندگی مخاطب برای مشارکت در انتخابات و ارزیابی و حلاجی کردن مباحث دیده و شنیده شده، سهم وافری داشت. این نمونه رفتار رسانه ای بسیار روش دقیق و مفیدی بود که توانست اهداف تبلیغی مناظرات برای تمرکز مخاطبان و رأی دهندگان را محقق سازد. همچنین در روز رأی گیری با وجود فراوانی، پخش مستقیم حوزه های رأی گیری و روند اخذ آرا و همچنین شمارش آرا از بیشتر شبکه های در دسترس مردم، باز هم شمولی که از ورود تصویر نقاط مختلف کشور به صفحه تلویزیون بروز و ظهور یافت، نکته ای مثبت و بی بدیل برای رسانه ملی شد.

اینفوگرافی های تلویزیون

۲۵٪

بازدیدکننده میلیون

آمار صفحه اختصاصی نامزدها

بیش از ۲/۵ میلیون بازدیدکننده

منحصر به فرد (بخش زنده و آرشیو)

نخستین قطعات تولید شده: ۲۸,۸۶۰ کلیپ

مدت زمانی کل قطعات: ۲۸,۷۷۷ دقیقه

مضوع بازدید قطعات: ۶۱,۶۶۱,۵۱۲ مرتبه تماشا

۶٪

بازدیدکننده میلیون

آمار کلی انتخابات

بیش از ۶ میلیون بازدیدکننده

منحصر به فرد (بخش زنده و آرشیو)

نخستین قطعات تولید شده: ۳۳,۲۹۳ کلیپ

مدت زمانی کل قطعات: ۳۳,۳۶۷ دقیقه

مضوع بازدید قطعات: ۶۹,۱۶,۶۴۴ مرتبه تماشا



«سینما ملت» سراغ فیلم های تاریخی-دینی می رود

سینمای تاریخی - دینی موضوع این هفته برنامه «سینما ملت» شد. سینما ملت به تهیه کنندگی پیمان خزلی امشب به بررسی سینمای تاریخی-دینی و علل کمتر ساخته شدن این آثار می پردازد. اجرای این برنامه به عهده محمدرضا مقدسیان است و در میز گفت و گو به همراه رامتین شهبازی و سیدمهدی ناظمی درباره فیلم های تاریخی-دینی در ایران و مواجهه آنها در پرداخت تاریخ و علل تداوم نداشتن ساخت این آثار در سینما صحبت خواهند کرد. در بخش دیگری از برنامه سینما ملت این هفته محسن علی اکبری، تهیه کننده فیلم و سریال های تاریخی - دینی درباره چالش های ساخت آثاری با مضمون تاریخی و دینی به گفت و گو می نشینند.

سینما ملت به سردبیری سیدسعید هاشم زاده و تهیه کنندگی پیمان خزلی، پنجشنبه شب ها از ساعت ۲۰ به صورت زنده از شبکه تهران پخش می شود. این برنامه در ایام جشنواره فیلم فجر هم روی آنتن بود و با حضور کارشناسان و بحث های تخصصی که داشت، توانست مورد توجه سینماگران قرار بگیرد. مرور آثار حاضر در این دوره جشنواره به همراه انعکاس برنامه ها و نشست ها، گفت و گو با عوامل فیلم ها و پخش آیتم های ویژه ای به مناسبت چهلمین دوره جشنواره از بخش های این برنامه بود.



تکیه محرم در تلویزیون

تلویزیون همزمان با عزای حسینی برای مومنان و عزاداران سیدالشهدا(ع) پوشش ویژه برنامه های عزاداری شبکه های مختلف سیما، سخنرانی ها و مداحی های ماه محرم سال ۱۴۰۳ را در دستور کار خود دارد. برنامه هایی که می تواند برای کسانی که نمی توانند در

هیات ها حضور پیدا کنند دیدنی باشد تا بتوانند از این طریقتوفیق عزاداری را نصیب خود کنند. سخنران های برنامه به این ترتیب است:؛ حجت الاسلام والمسلمین انصاریان، حجت الاسلام رفیعی، حجت الاسلام عالی، حجت الاسلام بناهیان. همچنین کاربران می توانند پخش زنده و آرشیو تمام مراسم هیئات مذهبی را در تلویزیون تماشا کنند. برای مداحان هم صفحات ویژه ای در نظر گرفته شده است. تماشای تلویزیون برای مشترکان اینترنت ثابت مخابرات رایگان است و کاربران به راحتی و بدون پرداخت هزینه ای می توانند در این تکیه محرمی حضور مجازی داشته باشند.

