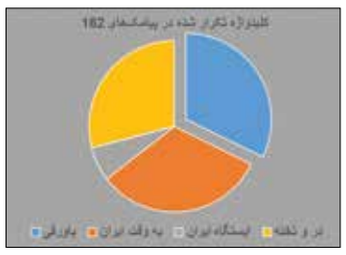
جام جم
رسانه
MEDIA
۳
پنجشنبه ۲۱ خرداد ۱۴۰۵ شماره ۷۳۴۲

اقبال مخاطبان ۱۶۲ به «پاورقی» و «به وقت ایران»

مخاطبان تلویزیون با ارسال پیامک به سامانه ۱۶۲ روابط عمومی صداوسیما، به برنامه‌های «پاورقی»، «به وقت ایران»، «ایستگاه ایران» و «دروتخته» توجه نشان دادند. بینندگان سیما در هفته گذشته دو برنامه تحلیلی-خبری، یک برنامه گفت‌وگومحور و یک سریال طنز را بیش از دیگر برنامه‌ها پسندیدند و نظرات خود را در این باره به سامانه ۱۶۲ پیامک کردند. «نوسان» از جمله برنامه‌هایی است که در میان کلیدواژه‌های پرتکرار بوده. این برنامه، استودیویی در میان مردم در میدان قرار داده تا بحث آزاد پیرامون مسائل روز داشته باشد. برنامه «پاورقی» نیز در پیامک‌ها پرتکرار بوده است. پاورقی برنامه‌ای تحلیلی-خبری است که با رویکرد طنز به مرور اخبار روز در ایران و جهان می‌پردازد. شرایط روز باعث میل بیشتر مخاطبان به این‌گونه برنامه‌ها شده است. دیگر برنامه تحلیلی-خبری که پیامک‌ها رغبت مخاطبان به آن را نشان می‌دهد، «به وقت ایران» است که بینندگان علاقه‌مند به آگاهی از اخبار جنگ و منازعات منطقه را عصر هر روز پای تلویزیون می‌نشاند. همچنین برنامه «ایستگاه ایران» که روایت قهرمانان مردمی است و از شبکه نسیم روی آنتن سیما می‌رود، در هفته گذشته مورد پسند مخاطبان قرار گرفتند. مخاطبان سیما همچنین در پیامک‌های متعدد خواستار تهیه گزارش رسانه ملی از گرانفروشی و پرداختن به وضعیت معیشتی مردم شده‌اند.



دردسرهای یک خانواده با صفا در جنگ

تهیه‌کننده سریال این شب‌های شبکه یک از تجربه تولید مجموعه‌ای گفت که می‌کوشد تعادل میان طنز، احترام و واقعیت را حفظ کند

زهرا عباسی
گروه رسانه

در اغلب آثار نمایشی با موضوع بحران یا جنگ، تمرکز اصلی بر صحنه‌های درگیری، قهرمان‌سازی‌های پررنگ و لحظات حماسی قرار می‌گیرد؛ تصاویری که میدان نبرد را به کانون روایت تبدیل می‌کند. با این حال در سال‌های اخیر برخی مجموعه‌های تلویزیونی مسیر دیگری را آزموده‌اند و به‌جای تاکید بر خط مقدم، سراغ زندگی مردم عادی رفته‌اند؛ جایی که بحران در دل خانه‌ها، روابط خانوادگی و تصمیم‌های روزمره جریان پیدا می‌کند. «صفا با خانواده» نیز در همین چارچوب شکل گرفته است. در این سریال، جنگ فقط یک واقعه بیرونی نیست بلکه بستری است که شخصیت‌ها در آن با تردیدها، امیدها و انتخاب‌های دشوار روبه‌رو می‌شوند و معنای مسئولیت و همدلی را در مقیاسی انسانی تجربه می‌کنند. به همین بهانه با مصطفی تنابنده، تهیه‌کننده این سریال گفت‌وگو کردیم تا درباره نگاه سازندگان به روایت بحران در بستر خانواده، چگونگی بهره‌گیری از طنز در چنین فضایی و جزئیات شکل‌گیری شخصیت‌ها بیشتر بدانیم.

خانواده در سایه جنگ

مصطفی تنابنده درباره انتخاب زاویه روایت به جام جم گفت: از ابتدا معتقد بودیم جنگ فقط در میدان نبرد اتفاق نمی‌افتد. بخش مهمی از آن در خانه‌ها، در روابط خانوادگی، در اضطراب‌ها و امیدهای مردم عادی جریان دارد. به همین دلیل ترجیح دادیم به‌جای روایت صرفا حماسی، سراغ زندگی یک خانواده برویم تا مخاطب بتواند خودش را در موقعیت شخصیت‌ها ببیند. تنابنده با اشاره به کارکرد طنز در این فضا ادامه داد: کمدی در اینجا یک ابزار برای نزدیک‌تر شدن به واقعیت زندگی بود، نه برای کم‌اهمیت جلوه دادن جنگ. ورود طنز به فضایی که به بحران اجتماعی یا جنگ مربوط می‌شود، همیشه با حساسیت‌هایی همراه است. طنز اگر به‌درستی طراحی نشود، ممکن است به سطحی‌نگری یا کم‌اهمیت جلوه دادن موقعیت منجر شود. به همین دلیل در بسیاری از آثار موفق، شوخی‌ها نه از دل خود بحران بلکه از واکنش‌های انسانی شخصیت‌ها و موقعیت‌های روزمره آنها شکل می‌گیرد. این همان نقطه‌ای است که طنز می‌تواند بدون آسیب زدن به جدیت موضوع، به روایت عمق و نزدیکی بیشتری ببخشد. در صفا با خانواده نیز به نظر می‌رسد چنین رویکردی در مرحله نگارش فیلمنامه مورد توجه قرار گرفته است. این تهیه‌کننده تلویزیون با تاکید بر روند بازنویسی متن عنوان کرد: در بازنویسی فیلمنامه تلاش کردیم میان «کمدی موقعیت» و «شوخی با خود جنگ» مرز روشنی وجود داشته باشد. ما هرگز جنگ، آسیب‌ها یا رنج مردم را موضوع شوخی قرار ندادیم. وی شکل‌گیری طنز را حاصل واکنش‌های انسانی دانست و توضیح داد: طنز از واکنش‌های انسانی شخصیت‌ها، سوءتفاهم‌ها، تفاوت نگاه‌ها و رفتارهای روزمره در شرایط بحرانی شکل می‌گرفت. به همین دلیل بخش‌هایی که ممکن بود به‌سمت اغراق‌های نمایشی یا شعارزدگی برود حذف یا تعدیل شد تا مخاطب در کنار لبخند زدن، با شخصیت‌ها همدلی کند.

ترس هم جزئی از قهرمانی است

یکی از نکات مهم در روایت‌های دراماتیک مرتبط با بحران، نوع طراحی شخصیت اصلی است. در بسیاری از آثار کلاسیک، شخصیت مرکزی معمولا به‌عنوان قهرمانی بی‌نقص معرفی می‌شود؛ فردی که تقریبا در همه موقعیت‌ها تصمیم درست می‌گیرد و کمتر دچار تردید یا خطا می‌شود اما تجربه مخاطبان امروز نشان داده چنین الگوهایی کمتر باورپذیر به نظر می‌رسند. در مقابل شخصیت‌هایی که ضعف‌ها و تردیدهای انسانی دارند، امکان همذات‌پنداری بیشتری ایجاد می‌کنند. همین نگاه باعث شده در برخی سریال‌های جدید، قهرمانان بیشتر شبیه انسان‌های عادی باشند تا الگوهای دست‌نیافتنی.

تنابنده در پاسخ به پرسشی درباره طراحی شخصیت «صفا» اضافه کرد: عامدانه از الگوی قهرمان بی‌نقص فاصله گرفتیم. تجربه نشان می‌دهد در موقعیت‌های بحرانی، انسان‌ها ترکیبی از ترس، تردید، شجاعت و مسئولیت‌پذیری هستند. وی صفا را نماینده همین واقعیت دانست و توضیح داد: او اشتباه می‌کند، گاهی می‌ترسد و حتی ممکن است تصمیم‌های نادرستی بگیرد اما در نهایت تلاش می‌کند مسئولیت خود را بپذیرد. به‌نظر من مخاطب امروز بیشتر با چنین شخصیت‌هایی ارتباط برقرار می‌کند. چون آنها را به زندگی واقعی نزدیک‌تر می‌بیند.

ریتم بومی یک شخصیت

در کنار طراحی شخصیت، جزئیات فرهنگی و هویتی نیز می‌تواند بر شکل‌گیری فضای یک سریال اثرگذار باشد. لهجه، خاستگاه جغرافیایی و ویژگی‌های فرهنگی شخصیت‌ها، نه‌تنها بر شیوه بیان آنها تاثیر می‌گذارد بلکه می‌تواند بر نوع روابط، شوخی‌ها و حتی ریتم دیالوگ‌ها نیز اثر بگذارد. در بسیاری از آثار نمایشی، تغییر یک عنصر به‌ظاهر ساده مانند لهجه درواقع به‌معنای بازطراحی بخشی از هویت شخصیت است. در صفا با خانواده نیز چنین تصمیمی درباره شخصیت اصلی گرفته شده و به گفته سازندگان، این تغییر تنها به سطح ظاهری محدود نبوده است.

متن کامل را در جام جم آنلاین بخوانید

تعادل روی لبه خنده

البته یکی از عناصر مهم در آثار طنز، میزان آزادی بازیگران در بداهه‌پردازی است. بداهه می‌تواند به طبیعی‌تر شدن موقعیت‌ها کمک کند و گاهی لحظاتی خلق کند که در متن اولیه وجود نداشته است. با این حال در آثاری که به موضوعات حساس اجتماعی یا انسانی می‌پردازند، این آزادی نیازمند چارچوب و نظارت دقیق است. سازندگان صفا با خانواده نیز به گفته خود تلاش کرده‌اند میان خلاقیت بازیگران و حفظ حرمت موضوع تعادل برقرار کنند. تنابنده در پاسخ به پرسشی درباره بداهه‌پردازی بازیگران اضافه کرد: بداهه‌پردازی بخشی از شیوه کار بازیگران ما بود اما این آزادی کاملا در چارچوب جهان سریال و حساسیت موضوع قرار داشت. وی خط قرمز اصلی گروه سازنده را چنین توصیف کرد و افزود: هیچ شوخی‌ای نباید رنج مردم، اصل بحران یا مسائل انسانی مرتبط با آن را هدف قرار دهد. این تهیه‌کننده تلویزیون با اشاره به روند اصلاح برخی صحنه‌ها عنوان کرد: هر جا احساس می‌کردیم ممکن است طنز به‌سمت بی‌احترامی، سطحی‌نگری یا شکستن فضای دراماتیک برود آن را اصلاح می‌کردیم. آنچه از صحبت‌های مصطفی تنابنده برمی‌آید این است که صفا با خانواده تلاش کرده در میانه فضایی که از یک سو با بحران و از سوی دیگر با نیاز مخاطب به لحظاتی آرام‌تر همراه است مسیری میانه پیدا کند؛ مسیری که در آن لبخند و همدلی در کنار هم قرار می‌گیرند. به‌نظر می‌رسد سازندگان این سریال بر این باورند که طنز اگر از دل زندگی واقعی و واکنش‌های انسانی شکل بگیرد، می‌تواند نه‌تنها فضای روایت را سبک‌تر کند بلکه به درک عمیق‌تر تجربه‌های مشترک مردم نیز کمک کند.

یادداشت
محسن رئیسی | مدیرکل مرکز صداوسیمای خلیج فارس

لزوم پیوست رسانه‌ای برای اقتصاد دریاپایه

در عصر روایت‌ها، هیچ راهبرد ملی‌ای بدون پیوست رسانه‌ای به سرانجام نمی‌رسد. اقتصاد دریاپایه نیز پیش از آن‌که در سواحل و بنادر شکل بگیرد، باید در قاب رسانه ملی و در ذهن افکار عمومی تثبیت شود.

برای دهه‌ها اقتصاد ایران به نفت و نگاه به درون مرزها گره خورده بود اما منطق حکمرانی مدرن و تحقیقات ژئوپلیتیک نشان می‌دهد کلید اصلی جهش اقتصاد کشور در امتداد بیش از ۵۸۰۰ کیلومتر پهنه آبی کشور از جنوب تا شمال نهفته است. توسعه دریاپایه تنها یک عبارت در اسناد بالادستی نیست بلکه راهبردی حیاتی برای عبور از بن‌بست‌های اقتصادی و بهره‌گیری از سفره‌ای است که طبیعت پیش روی ما گشوده است. اگر قرار است رشد اقتصادی ایران شتاب بگیرد، این شتاب باید از موج‌های نیلگون خلیج فارس و دریای عمان در جنوب تا کرانه‌های راهبردی دریای خزر در شمال آغاز شود. ایران در حساس‌ترین نقطه اتصال شرق به غرب و شمال به جنوب قرار دارد. تنگه هرمز، خلیج فارس و دریای عمان ستون‌های اصلی یک امپراتوری اقتصادی بالقوه در جنوب هستند و دریای خزر دروازه ورود ما به اوراسیا و کریدورهای حیاتی شمال است. سواحل مکران با دسترسی مستقیم به آب‌های آزاد پتانسیل تبدیل شدن به قطب صنعتی را دارد و بنادر شمالی کانون تبادلات تجاری با همسایگان شمالی اما سوال اینجاست چرا با وجود این پتانسیل شهرهای ساحلی ما هنوز با شاخص‌های ایده‌آل فاصله دارند.

پاسخ در عدم باور عمومی، نبود زیرساخت‌های کارآمد و از همه مهم‌تر نبود یک پیوست رسانه‌ای هوشمندانه برای گره زدن مزیت جغرافیایی به مزیت اقتصادی نهفته است.

متن کامل را در جام جم آنلاین بخوانید

نتایج نظرسنجی مرکز تحقیقات صدا و سیما نشان داد

مخالفت قاطع مردم با عقب‌نشینی مقابل آمریکا

تازه‌ترین نظرسنجی مرکز تحقیقات سازمان صداوسیما نشان می‌دهد بخش قابل‌توجهی از افکار عمومی کشور با هرگونه امتیازدهی به آمریکا برای جلوگیری از درگیری یا پایان دادن به تنش‌ها مخالف هستند. به گزارش خبرگزاری صداوسیما، براساس تازه‌ترین نظرسنجی مرکز تحقیقات این سازمان، ۶۲/۳ درصد از پاسخگویان با این گزاره که «برای جلوگیری از آغاز دوباره جنگ، بهتر است ایران خواسته‌های آمریکا را بپذیرد» اعلام کرده‌اند که «اصلا» با چنین دیدگاهی موافق نیستند.

این آمار نشان می‌دهد بخش عمده‌ای از جامعه نسبت به کارآمدی سیاست امتیازدهی در برابر فشارهای خارجی تردید جدی دارند و آن را راهکاری مناسب برای تأمین منافع ملی نمی‌دانند. در بخش دیگری از این نظرسنجی، ۷۲/۷ درصد پاسخگویان اظهار کرده‌اند که «آمریکا و اسرائیل در این جنگ همه توان خود را برای نابودی جمهوری اسلامی ایران به کار گرفتند اما موفق نشدند».

این برداشت در میان پاسخگویان نشان‌دهنده نگاه غالبی است که در آن تلاش‌های خارجی برای تضعیف ایران گسترده ارزیابی شده اما در عین حال ناکام تلقی می‌شود. همچنین ۶۷/۲ درصد از شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی معتقدند برای جلوگیری از آغاز دوباره جنگ، ایران باید در برابر خواسته‌های آمریکا بیشتر ایستادگی کند.

در همین راستا، ۶۷/۱ درصد نیز گفته‌اند در شرایط کنونی سرنوشت ایران و جمهوری اسلامی به یکدیگر پیوند خورده است و آینده کشور تا حد زیادی با سرنوشت جمهوری اسلامی گره خورده است. نتایج این نظرسنجی همچنین نشان می‌دهد اکثریت پاسخگویان با برخی شروط احتمالی که ممکن است در قالب توافق یا کاهش تنش مطرح شود، مخالفت دارند.

بر این اساس، ۸۳/۱ درصد با شرط «عدم کنترل ایران بر تنگه هرمز» مخالف هستند. همچنین ۸۲/۷ درصد پاسخگویان با «محدود شدن صنعت موشکی» مخالفت کرده‌اند. علاوه‌بر این، ۷۹ درصد نیز با «خروج ۴۰۰ کیلوگرم اورانیوم غنی‌شده از ایران» موافق نیستند.

در ادامه این نظرسنجی، ۷۸/۲ درصد پاسخگویان با «تعطیلی غنی‌سازی اورانیوم» مخالفت کرده‌اند و ۶۵/۸ درصد نیز با «قطع همکاری ایران با جبهه مقاومت» برای دستیابی به توافق یا پایان جنگ مخالفت داشته‌اند. این ارقام نشان می‌دهد در میان پاسخگویان، حمایت قابل‌توجهی از حفظ توانمندی‌های راهبردی و منطقه‌ای کشور وجود دارد.

براساس توضیحات منتشرشده، این نظرسنجی در تاریخ ۱۶ خرداد انجام شده و جامعه آماری آن شامل ۴۹۴۳ نفر از افراد ۱۵ سال و بالاتر ساکن استان تهران و ۳۲ شهر دارای مرکز صداوسیما بوده است. همچنین در بخش دیگری از نتایج این پژوهش، ۵۰/۴ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند که برای پیگیری اخبار و اطلاعات مربوط به تجاوز رژیم صهیونیستی و آمریکا، صداوسیما را به عنوان منبع اصلی خود انتخاب کرده‌اند؛ موضوعی که به گفته تهیه‌کنندگان این نظرسنجی نشان‌دهنده نقش قابل‌توجه رسانه ملی در اطلاع‌رسانی درباره تحولات مرتبط با این موضوع در میان بخشی از مخاطبان است.

آگهی مزایده عمومی فروش سهام
شرکت پالایش نفت امام خمینی (ره) شازند
شماره ۱۴۰۵/۰۲
بانک رفاه کارگران
REFAH KARGARAN BANK

بانک رفاه کارگران در نظر دارد نسبت به فروش ۴۹,۳۵ درصد از سهام شرکت پالایش نفت امام خمینی(ره) شازند (سهامی عام) به تعداد ۵۹,۹۵۹,۶۳۴,۱۲۸ سهم به ارزش ۲,۶۸۶,۳۱۱,۵۲۸,۲۰۲,۶۶۰ ریال از طریق برگزاری مزایده عمومی به اشخاص حقیقی و حقوقی ذیصلاح اقدام نماید.

متقاضیان خرید سهام مزبور می‌توانند از تاریخ انتشار این آگهی حداکثر تا پایان وقت اداری روز **چهارشنبه** مورخ ۱۴۰۵/۰۳/۲۷ با در دست داشتن معرفی‌نامه کتبی مشتمل بر درج شماره شناسه ملی (اشخاص حقوقی) به همراه کد ملی (اشخاص حقیقی) در ساعات اداری به اداره سرمایه‌گذاری و امور مجامع شرکت‌ها بانک، به آدرس: **تهران، بلوار کشاورز، رو به روی بیمارستان پارس، ساختمان بانک رفاه کارگران اداره سرمایه‌گذاری و امور مجامع شرکت‌ها بانک** مراجعه و اسناد مزایده را دریافت نمایند.

(شماره‌های تماس: ۰۲۱۴۱۳۷۳۲۸۴ - ۰۲۱۴۱۳۷۳۳۱۰)

شرایط شرکت در مزایده :

۱- ارزش پایه معامله و شرایط پرداخت ثمن معامله به شرح جدول ذیل به اطلاع متقاضیان می‌رسد.

مبالغ به ریال	
نام شرکت	پالایش نفت امام خمینی(ره) شازند
سرمایه ثبت شده	۱۲۱,۴۸۷,۳۷۷,۹۵۱,۰۰۰ ریال
تعداد سهام قابل واگذاری	۵۹,۹۵۹,۶۳۴,۱۲۸
قیمت پایه کل سهام قابل واگذاری (۱)	۲,۶۸۶,۳۱۱,۵۲۸,۲۰۲,۶۶۰ ریال
مبلغ سپرده شرکت در مزایده	۲۱۴,۹۰۴,۹۲۲,۲۵۶,۲۱۳ ریال
شرایط واگذاری (۲)	به‌صورت نقد و اقساط با شرایط ۸۰ درصد نقد و الباقی اقساط ۳ ماهه طی ۳ سال با نرخ سود ۲۳ درصد سالانه

(۱) قیمت پایه به ازای هر سهم معادل ۴۴/۸۰۲ ریال در نظر گرفته شده است.
(۲) قیمت اعلامی، قیمت پایه بوده و اولویت واگذاری به ترتیب:
۱- با خریدارانی است که متقاضی خرید نقدی بوده و قیمتی بالاتر از قیمت پایه را پیشنهاد نمایند.
۲- با خریدارانی است که حصه نقدی بیشتر و قیمتی بالاتر از قیمت پایه را پیشنهاد نمایند.

۲- سپرده شرکت در مزایده معادل ۱۰ درصد ارزش حصه نقدی ثمن معامله می‌باشد که می‌بایستی به‌صورت وجه نقد واریزی به حساب شماره ۵۰۰۰۰۱۴ به نام اداره حسابداری نزد شعبه پردیس بانک رفاه کارگران یا ضمانتنامه بانکی معتبر، غیر از بانک رفاه کارگران با اعتبار ۳ ماهه به‌صورت عندالمطالبه قابل تمدید و بی قید و شرط ارائه گردد. حق فروشنده جهت بررسی، قبول یا رد و درخواست اصلاح متن ضمانتنامه در مهلت محدود، محفوظ و متقاضی مکلف به رعایت آن است.
۳- متقاضیان می‌بایست پیشنهادات خود را نسبت به کل سهام عرضه شده، حداکثر تا پایان وقت اداری روز **شنبه** مورخ ۱۴۰۵/۰۳/۳۰ به نشانی اعلام شده فوق تحویل و رسید دریافت نمایند. بدیهی است به پیشنهاداتی که بعد از موعد مقرر واصل گردد ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۴- شرکت در مزایده به معنی اطلاع و آگاهی کامل متقاضی نسبت به شرایط شرکت بوده و خریدار با شرکت در مزایده کلیه اختیارات خصوصاً خیار غبن ولو فاحش را از سوی خود سلب و اسقاط می‌نماید.
۵- چنانچه برنده مزایده ظرف مهلت مقرر از تاریخ ابلاغ توسط مزایده‌گزار نسبت به امضای قرارداد تدوین شده توسط حوزه حقوقی بانک و پرداخت بخش نقدی ثمن معامله و ارائه اسناد تضمین اقدام ننماید، هیچگونه ادعایی نسبت به سپرده شرکت در مزایده نخواهد داشت و مزایده‌گزار می‌تواند ضمانت نامه بانکی ارائه شده را به نفع خود ضبط نماید.
۶- پاکت‌های مزایده در **ساعت ۱۰ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۴/۰۳** در سالن جلسات بانک واقع در تهران، خیابان ولیعصر(عج)، نرسیده به میدان ونک ساختمان بانک رفاه کارگران مفتوح خواهد گردید. حضور پیشنهاد دهندگان یا نماینده قانونی آنان در جلسه با ارائه مدارک شناسایی یا معرفی‌نامه معتبر مجاز می‌باشد. در جلسه مزبور صرفاً خریداران حائز رتبه‌های اول و دوم معرفی گردیده و برنده نهایی متعاقباً اعلام خواهد شد.
۷- استرداد سپرده شرکت در مزایده برنده دوم(وجه نقد/ضمانتنامه بانکی معتبر -وفق بند ۲) منوط به انعقاد قرارداد و تسویه کامل بخش نقدی ثمن معامله و دریافت اسناد تضمین از برنده اول مزایده می‌باشد. سپرده شرکت در مزایده سایر مزایده‌گران پس از برگزاری جلسه مزایده مسترد می‌گردد.
۸- فروشنده در رد یا قبول هر یک از/کلیه پیشنهادات واصله مختار است.

www.refah-bank.ir

جام جم

جام جهانی در قاب «دست‌اول»

شبکه ورزش با راه‌اندازی باکس‌های ویژه خبری، می‌کوشد مرجعیت پوشش خبری جام جهانی را در اختیار بگیرد

امیر گودرزی
گروه رسانه

«دست‌اول» عنوان برنامه‌ای در شبکه ورزش سیماست که به‌طور تخصصی به تحلیل وقایع ورزشی و پوشش مسائل روز این حوزه می‌پردازد. این برنامه معمولا به‌عنوان یکی از تولیدات ثابت شبکه ورزش شناخته می‌شود و تلاش می‌کند آخرین اتفاقات و خبرهای مهم ورزشی را برای مخاطبان مرور و بررسی کند. دست‌اول نسخه‌ای ویژه جام جهانی نیز برای پوشش رویدادهای مهم فوتبال تولید کرده که نشان می‌دهد این برنامه در زمان برگزاری رقابت‌های بزرگ ورزشی، قالبی ویژه‌تر و متمرکزتر پیدا می‌کند. دست‌اول برای مخاطبانی که می‌خواهند در جریان تازه‌ترین اتفاقات ورزشی قرار بگیرند، گزینه‌ای مناسب است؛ زیرا معمولا ترکیبی از خبر، گفت‌وگو، تحلیل و بررسی حاشیه‌ها و متن رویدادها را ارائه می‌دهد. ازآنجاکه شبکه ورزش بر حوزه‌های مختلف ورزشی تمرکز دارد، دست‌اول هم در همین چارچوب، به یکی از برنامه‌های شناخته‌شده این شبکه تبدیل شده است. برنامه تلویزیونی دست‌اول در شبکه ورزش سیما، نه‌تنها یک ویترین خبری، بلکه یک پلتفرم جامع تحلیلی است که به‌عنوان یکی از ارکان اصلی اطلاع‌رسانی در حوزه ورزش ایران و جهان شناخته می‌شود. این برنامه با هدف ارائه تصویر دقیق، سریع و کارشناسانه از تحولات دنیای ورزش، در تلاش است تا فاصله میان وقوع رویداد و درک عمیق آن را برای مخاطب به حداقل برساند. مهدی منظوری، تهیه‌کننده برنامه دست‌اول با اشاره به ماهیت خبری و آنی این برنامه، از تلاش برای پرکردن خلأ اطلاع‌رسانی متمرکز در حوزه جام جهانی خبر می‌دهد و به جام جم می‌گوید: این برنامه ماهیتی کاملا خبری دارد و برخلاف برنامه‌های تولیدی که زمان‌بندی هفتگی دارند، تولیدات ما به‌صورت چسبیده و همزمان با پخش در همان روز تهیه می‌شود. ماهیت کار ایجاب می‌کند که اخبار به‌صورت آنی منتشر شوند، چراکه ارزش خبری یک گزارش ورزشی، بلافاصله بعد از تولید، از بین می‌رود.

متن کامل را در جام جم آنلاین بخوانید