

روایتی تازه از نظام اثرسنجی تلویزیون

یکی از کارکردهای اصلی مرکز تحقیقات صداوسیما، سنجش میزان استقبال از برنامه‌های شاخص است. براساس این سنجش مشخص می‌شود یک برنامه چه میزان بیننده دارد. این ارزیابی به‌صورت مرتب در طول سال انجام می‌شود؛ سریال‌ها هر دو هفته یک‌بار، برنامه‌های شاخص هر ماه و میزان بیننده شبکه‌های مختلف نیز هر فصل بررسی و اعلام می‌شود. این اطلاعات می‌تواند به تیم تولید کمک کند روند آقبال مردم به یک محتوا را متوجه شوند و برای ادامه مسیر برنامه‌ریزی کنند اما این به تنهایی برای ایفای نقش رسانه‌ملی به‌عنوان بزرگ‌ترین و مهم‌ترین دستگاه فرهنگ‌ساز جامعه کفایت نمی‌کند. چون بالا بردن میزان مخاطب، به‌خودی‌خود کار پیچیده‌ای نیست. شما می‌توانید با یکسری تمهیدات، مخاطب را افزایش دهید. مثلاً در دنیا از برخی ابزارها برای جذب مخاطب استفاده می‌شود. در غرب و آمریکا از دو مؤلفه مسائل جنسی، چه‌به‌صورت آشکار و چه پنهان و خشونت برای جذب مخاطب استفاده می‌شود اما آیا ما فرهنگ ایرانی واسلامی مجاز هستیم ازاین ابزارها استفاده کنیم؟ حتماً این‌طور نیست. بنابراین، افزایش مخاطب و جذب آن به هر قیمتی اساساً پذیرفته نیست. ممکن است برخی با عبور از خطوط قرمز و عدول از اصول اخلاقی، فرهنگی و ایرانی-اسلامی مخاطب جذب کنند اما این برای صداوسیما پذیرفته نیست. ما نمی‌توانیم چنین کاری انجام دهیم. بنابراین، صرف افزایش مخاطب به هر قیمتی مطلوب نیست. ماقربن‌بازا بیش ازیک دهه‌است در دنیا شاهد افول مخاطبان تلویزیون‌های سنتی یا خطی هستیم. در رقابت میان برودکست، یعنی رادیو و تلویزیون و پهن‌بند، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در سراسر دنیا، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی گوی سبقت را می‌ربایند. در ایران هم این جریان وجود دارد و ما مستثنی نیستیم. به‌خصوص در مورد نسل نوجوان و جوان، شاهد این هستیم که کمتر سراغ دستگاه تلویزیون می‌روند و بیشتر به فضای مجازی مراجعه می‌کنند. حتی نیازهای سرگرمی خود در حوزه فیلم و سریال را نیز عمدتاً از همین فضای مجازی تأمین می‌کنند. این روند نزولی مخاطب در دنیا، متناز از گسترش روزافزون فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی است و بعضاً گریزی از آن نیست. مگر این‌که برودکسترها و صاحبان رادیو و تلویزیون با شناخت دقیق همه ابعاد این فضا، شیوه بیان و حضور خود را باآن تطبیق دهند.

وقتی می‌گوییم مخاطب صداوسیما، فقط به این معنا نیست که فرد تلویزیون را روشن کند و پای آن بنشیند یا رادیو را روشن کند و گوش بدهد. امروز بخش قابل توجهی از مخاطبان در فضای مجازی بامحتواهای صداوسیما مواجه می‌شوند. البته این میزان هنوز قابل مقایسه با مخاطبان تلویزیون و رادیو نیست اما به‌شکل معناداری در حال افزایش است. درایام خاص نیز شاهد حضور گسترده مخاطبان صداوسیما در فضای مجازی هستیم. برای مثال تلویزیون در برخی برهه‌ها کوردهای کشوری را همچنان در اختیار دارد و مردم به‌طور هم‌زمان یک برنامه زنده را از طریق تلویبون و فضای مجازی می‌بینند. مسابقات جام جهانی و رویدادهایی از این دست نمونه‌هایی از این‌وضعیت هستند.

بنابراین وقتی می‌گوییم افزایش مخاطب، الزاماً به این معنا نیست که قرار است همه تلویزیون تماشا کنند. مخاطبان رسانه‌ملی در حوزه‌های مختلف، از صداوسیما و خبر گرفته تا شبکه‌های استانی، برون مرزی و فضای مجازی حضور دارند. از طرف دیگر، افزایش مخاطب فی‌نفسه فضیلت محسوب نمی‌شود. اگر هدف متعالی نداشته باشید برای ارتقای فکری و فرهنگی برنامه‌ریزی نکنید، می‌توان تعداد مخاطبان را افزایش داد اما شاید ضررش بیش از نفعش باشد. بنابراین در سند تحول، افزایش مخاطب به این معناست که در رسانه‌ملی در سطوح مختلف برنامه‌ریزی شود تا ارتباط مردم، به‌عنوان سرمایه‌های اصلی رسانه‌ملی با صداوسیما گسترش یابد؛ چه در تلویزیون، چه در رادیو و چه در فضای مجازی. این شاخص فراگیر است و فقط شامل افزایش میزان مخاطب یک سریال یا برنامه نمی‌شود. اثرسنجی نیز معمولاً در سه سطح انجام می‌شود. سطح اول شناختی است. یعنی افزایش آگاهی و شناخت مردم. مثلاً در دوران همه‌گیری ویروس کرونا، یکی از اهداف رسانه‌ملی این بود که آگاهی مردم رانسبت به ویروس، راه‌های سرایت و انتقال، روش‌های پیشگیری و درمان افزایش دهد. این سطح شناختی است.

رئیس سازمان بسیج مستضعفین در اختتامیه یازدهمین جشنواره رسانه‌ای ابودر:

خبرنگار، رزمنده پای لانچر در جنگ روایت‌هاست

می‌شوند. خبرنگار نیز مانند فردی است که پای لانچر ایستاده است. او گفت جنگ ۴۰ روزه یا ۱۰۰ روزه تمام می‌شود، اما رسانه باید ابعاد آن را درست ترسیم کند تا دشمن نتواند «دیو را فرشته» معرفی کند. طائب از خبرنگاران و آزادگان جهان خواست به «انسان‌رسانه» تبدیل شوند و یک «جبهه متحد جهانی» برای روایت جنایات دشمن شکل دهند. اوبه خبرنگارانی اشاره کرد که در غزه ولبنان جان باخته‌اند و به گفته او تصویر کشتار ۵۰ هزار کودک و زن را به جهان مخابره کردند. حجت‌الاسلام طائب، سازمان بسیج را حامی و پشتیبان اصحاب رسانه‌ای دانست که به ترویج فرهنگ مقاومت و ایستادگی می‌پردازند.

«فروپاشی آمریکا و اسرائیل در اذهان مردم جهان» دانست. به گفته وی، ملت‌های منطقه اکنون می‌پرسند این قدرت نظامی برای دفاع از چه کسی است؟ طائب با اشاره به کشته‌شدن بیش از ۱۶۰ کودک در حمله‌ای که به گفته او مدرسه را هدف گرفته بود، این تصویر را «غیرقابل پاک‌شدن» خواند. او افزود که دانشجویان آمریکایی در دانشگاه‌های بزرگ از مسئولان خود درباره حقوق بشر و منشور استقلال آمریکا پاسخ می‌خواهند. رئیس سازمان بسیج، نقش رسانه را با جنگ نظامی مقایسه کرد: همان‌طور که در جنگ نظامی «شهرک موشکی» و «لانچر» وجود دارد، در جنگ روایت‌ها رسانه جای شهرک موشکی را می‌گیرد و عکس، فیلم، تیترو گزارش به «موشک» تبدیل

رسانه خواست جنایات آمریکا و رژیم صهیونیستی را به تصویر جهانی بکشند.

حجت‌الاسلام حسین طائب گفت نظام سلطه می‌کوشد با همه ابزارهایش در «جنگ ترکیبی» جهان را تسخیر کند. به گفته او، صاحب‌نظران معتقدند مقدمه هر جنگ نظامی «فروپاشی ذهنی» است؛ دشمن نخست تصویر مردم از واقعیت را تغییر می‌دهد و آنها را سست می‌کند و بعد دست به حمله می‌زند. اما اگر مردم مقاومت کنند و جنگ نظامی را به پیروزی تبدیل کنند، این امر شکستی بزرگ، هم ذهنی و هم عینی، برای دشمن خواهد بود. او با اشاره به جنگ اخیر، ایستادگی ملت ایران در برابر دوقدرت مسلح، یکی منطقه‌ای و یکی جهانی، را زمینه‌ساز



رئیس سازمان بسیج در اختتامیه یازدهمین جشنواره رسانه‌ای ابودر، جهان امروز را عرصه رقابت بر سر ذهن و دل مردم میان «استکبار جهانی» و «مکتب اسلام» توصیف کرد و از اصحاب

بازدید چهره‌های فرهنگی و جهادی از نمایشگاه روایت تحول



سردار ابوالفضل شاکری



حجت الاسلام والمسلمین محمد جواد حاج‌علی اکبری



سردار حسن حسن زاده



حجت الاسلام والمسلمین سید مهدی خاموشی

وی افزود: در ادامه این پویش، برنامه‌های میدانی مختلفی ازجمله «دختران جانفدا»، «زوج‌های جانفدا»، رزمایش ۳۱۳ هزار نفری «جانفدای ایران» و برنامه «موتورسواران جانفدا» برگزار شد و این روند همچنان ادامه دارد. حسن زاده با اشاره به ظرفیت‌های مردمی شکل گرفته در این پویش گفت: هرچه جلوتر می‌رویم، بیشتر متوجه ظرفیت متراکم مردمی «جان‌فدا» می‌شویم و تلاش داریم این ظرفیت را در عرصه‌های مختلف اجتماعی به کار بگیریم.

وی ادامه داد: صرفه جویی در مصرف انرژی، کاشت نهال امید، آموزش‌های امدادی و نجات، مشارکت در موضوعات اجتماعی و کمک‌های مومنانه ازجمله زمینه‌هایی است که می‌تواند محل نقش‌آفرینی این ظرفیت مردمی باشد.

حسن زاده در ادامه با اشاره به چشم‌انداز ترسیم‌شده برای آینده رسانه‌ملی گفت: توجه به همه سلیقه‌ها و اقشار مختلف جامعه، از روستاها و شهرها تا مراکز استان‌ها و پایتخت، اهمیت زیادی دارد. این‌که همه مردم در عرصه‌ها و صحنه‌های مختلف دیده شوند، از نکات مهمی است که رسانه‌ملی باید همچنان با قوت آن را دنبال کند. فرمانده سپاه تهران بزرگ همچنین تعمیم و ترویج فرهنگ ملی و مذهبی را از دیگر محورهای مهم فعالیت رسانه‌ملی دانست و گفت: اگر این رویکرد در سال‌های آینده به نقطه اوج خود برسد، می‌تواند به تقویت انسجام و سرمایه اجتماعی کمک کند.

وی اظهار کرد: رسانه‌ملی می‌تواند یکی از بسترهای مهم برای تحقق اهداف و چشم‌اندازهای گام دوم انقلاب اسلامی باشد و با تقویت انسجام اجتماعی و سرمایه اجتماعی، زمینه تحقق اهداف بلندمدت کشور را فراهم کند.

رسانه ملی در جنگ شناختی مقتدرانه عمل کرد

سختگوی ارشد نیروهای مسلح نیز با قدردانی از عملکرد رسانه‌ملی در سال‌های اخیر گفت: صداوسیما در سخت‌ترین شرایط کشور، از فتنه ۱۴۰۱ تا جنگ رمضان و تجاوز به خاک ایران، با درایت و هوشیاری در میدان جنگ نرم و شناختی حضور یافت و با مدیریت فضای رسانه‌ای، در کنار نیروهای مسلح به مقابله با دشمن پرداخت.

به گزارش روابط عمومی رسانه‌ملی، سردار ابوالفضل شاکری به بازدید از نمایشگاه «روایت تحول» با قدردانی از رئیس رسانه‌ملی، معاونان و کارکنان صداوسیما در همه سطوح، عملکرد این سازمان در پنج سال گذشته را قابل توجه دانست.

وی با اشاره به شرایط دشوار کشور در این دوره اظهار کرد: رسانه‌ملی در پنج سال گذشته مسیر سختی را طی کرده است. از حوادث سال ۱۴۰۱ تا جنگ رمضان و تجاوز به خاک کشور، صداوسیما در شرایطی قرار داشت که حفظ روحیه و خودباوری مردم و تقویت پایبندی آنان به نظام، از مهم‌ترین و دشوارترین ماموریت‌های رسانه‌ای به شمار می‌رفت.

شاکری افزود: صداوسیما توانست با درایت و هوشیاری در جنگ نرم و جنگ شناختی مقتدرانه عمل کند، شرایط را مدیریت نماید و برای حفظ ظرفیت ملی و ارتقای توان دفاعی کشور نقش آفرین باشد.

هم‌افزایی رسانه‌ملی و نیروهای مسلح در روزهای جنگ

سختگوی ارشد نیروهای مسلح با اشاره به نقش رسانه‌ملی در پشتیبانی رسانه‌ای از نیروهای مسلح گفت: صداوسیما در جریان تجاوز دشمن، همپای نیروهای مسلح در میدان حضور داشت و با عملکرد خود در جنگ رسانه‌ای، دشمن را با چالش مواجه کرد.

وی ادامه داد: در روزهای جنگ، یک هم‌افزایی، همدلی و همگرایی میان رسانه‌ملی و نیروهای مسلح شکل گرفت. حاصل این همکاری و هماهنگی را در مدیریت فضای شناختی و عرصه

نبرد مشاهده کردیم.

شاکری تأکید کرد: شاید عده‌ای این تلاش و در صحنه بودن رسانه ملی را متوجه نشده باشند، بینند یا حتی قصد تضعیف آن را داشته باشند اما ما با رسانه‌ملی زندگی کردیم و مردم نیز در روزهای جنگ پای تلویزیون نشستند و اخبار را دنبال کردند. سختگوی ارشد نیروهای مسلح با اشاره به استمرار فعالیت رسانه‌ملی در شرایط بحرانی گفت: صداوسیما در این شرایط

وی افزود: رسانه‌ملی در مناسبت‌ها و رویدادهای مختلف، از تشییع رهبر شهید تا روز قدس و راهپیمایی ۲۲ بهمن توانست حضور و خودباوری مردم و میزان پایبندی آنان به نظام را به نمایش بگذارد. شاکری با بیان این‌که در عملکرد رسانه‌ملی کوتاهی یا عقب‌نشینی مشاهده نکرده است، گفت: رسانه ملی توانست در سخت‌ترین مقاطع، مأموریت خود را دنبال کند.

رسانه ملی در ایام جنگ در قامت رسانه تراز انقلاب ظاهر شد

رئیس شورای سیاست‌گذاری ائمه‌جمعه هم با اشاره به نقش صداوسیما در عرصه رسانه‌ای کشور گفت: در برابر دستگاه گسترده رسانه‌ای امپریالیسم جهانی، رسانه‌ملی پرچم جمهوری اسلامی ایران را در عرصه رسانه‌ای برافراشته نگه داشته و در جنگ ۱۲ روزه نیز در قامت یک رسانه تراز انقلاب اسلامی ظاهر شد.

حجت‌الاسلام والمسلمین محمد جواد حاج‌علی اکبری در بازدید از نمایشگاه روایت تحول با اشاره به نقش رسانه‌ملی در عرصه رسانه‌ای کشور اظهار کرد: در برابر کل دستگاه رسانه‌ای امپریالیسم جهانی، صداوسیما پرچم جمهوری اسلامی را در عرصه رسانه‌ای برافراشته نگه داشته است.

وی افزود: این اقدام حاصل یک جهاد بزرگ توسط مجموعه‌ای گسترده از نیروهای عالم، دانشور، هنرمند و متعهد است که از مرکز تا عمق کشور برای تحقق این هدف تلاش می‌کنند.

حاج‌علی اکبری با اشاره به نمایشگاه روایت تحول گفت: آنچه در این نمایشگاه مشاهده کردیم، بخش مهمی از تحولاتی است که در رسانه‌ملی رخ داده و این مجموعه توانسته است تصویری کلی از این اقدامات و تغییرات ارائه کند. خطیب نماز جمعه تهران ضمن قدردانی از کارکنان رسانه‌ملی اظهار کرد: از همه عزیزانی که در رسانه‌ملی، چه نیروهای شناخته‌شده و چه افرادی که کمتر دیده می‌شوند. برای این تلاش‌ها تشکر می‌کنیم و امیدواریم خداوند حافظ و پشتیبان آنان باشد.

وی در ارزیابی پنج سال فعالیت رسانه‌ملی گفت: عملکرد پنج‌ساله صداوسیما در یک نگاه، حکایت از رویکرد تحولی مدیریت این سازمان دارد و می‌توان امتداد این رویکرد را در مضامین و محتوای برنامه‌ها مشاهده کرد.

حاج‌علی اکبری افزود: تحول زمانی معنا پیدا می‌کند که در برنامه‌ها و محتوای رسانه امتداد داشته باشد و آنچه در این نمایشگاه ارائه شده، بخشی از این روند را نشان می‌دهد.

رئیس شورای سیاست‌گذاری ائمه‌جمعه در جمع‌بندی عملکرد رسانه‌ملی در جنگ ۱۲ روزه اظهار کرد: رسانه‌ملی در برابر جریان رسانه‌ای استکبار، در قامت یک رسانه تراز انقلاب اسلامی ظاهر شد. این عملکرد، جایگاه صداوسیما را در این مواجهه ارتقا و نشان داد که صداوسیما توانسته است در شرایط جنگ رسانه‌ای، نقش خود را در عرصه روایت و اطلاع‌رسانی به خوبی ایفا کند.

تاب‌آوری رسانه ملی در گوران حوادث

رئیس سازمان اوقاف و امور خیریه با تقدیر از عملکرد و تاب‌آوری رسانه ملی در حوادث و بحران‌های سال‌های اخیر گفت: صداوسیما در دوره‌ای پرحادثه توانست حتی پس از آسیب

نمایشگاه روایت تحول با محوریت دستاوردهای پنج‌ساله دوره تحول سازمان صداوسیما به‌طور رسمی از دوم شهریورماه در مرکز همایش‌های صداوسیما آغاز به‌کار کرده و در این مدت میزبان جمع زیادی از مسئولان، چهره‌های سیاسی، فرهنگی، رسانه‌ای و دانشگاهی بوده است. در این نمایشگاه، معاونت‌های مختلف سازمان صداوسیما، فرآیند تحول در حوزه‌های مأموریتی خود را از مرحله آسیب‌شناسی و طراحی راهبردی تا تعیین اولویت‌ها، تدوین برنامه عملیاتی و اجرای اقدامات تحولی را برای بازدیدکنندگان درون و برون سازمانی تشریح می‌کنند.

فرمانده سپاه تهران بزرگ در بازدیدی که از این نمایشگاه داشت، با اشاره به دستاوردهای پنج‌ساله رسانه‌ملی گفت: نمایشگاه «روایت تحول» تصویری منسجم از اقداماتی ارائه می‌دهد که بسیاری از آنها پیشتر تنها در حد ایده مطرح بودند؛ از توجه به روستاها و شهرستان‌ها تا حضور مؤثر در بحران‌ها و حوادث که درمجموع به افزایش سرمایه اجتماعی کمک کرده است.

سردار حسن حسن زاده با اشاره به عملکرد پنج‌ساله رسانه‌ملی اظهار کرد: پیش از بازدید از این نمایشگاه نیز تصویری که از عملکرد صداوسیما در ذهن مردم وجود داشت، مجموعه‌ای متنوع و متفاوت از فعالیت‌ها بود اما نمایشگاه روایت تحول باعث شد این اقدامات در ذهن مخاطب نظم و انسجام بیشتری پیدا کنند. وی افزود: در این پنج سال، اقداماتی انجام شده که پیش از این یا وجود نداشت یا صرفاً در حد یک ایده مطرح بود. یکی از این موارد، توجه به همه نقاط کشور است؛ این‌که روستاها، شهرستان‌ها و شهرها نیز در کنار مراکز استان‌ها دیده شوند، ایده‌ای بود که در این دوره به‌شکل عملیاتی دنبال شد.

حسن زاده با اشاره به عملکرد صداوسیما در حوادث مختلف سال‌های اخیر گفت: در طول پنج سال گذشته تقریباً حادثه‌ای نبود که رسانه‌ملی در آن نقشی نداشته باشد. از وقایع و حوادث مهم گرفته تا جنگ‌های اخیر، صداوسیما عملکرد مؤثری داشت و این نقش، هم در حوزه محتوا و هم در فعالیت خبرنگاران و عوامل رسانه‌ای قابل مشاهده بود. وی ادامه داد: یکی از مهم‌ترین نشانه‌های بالندگی رسانه‌ملی، واکنش دشمن به عملکرد این رسانه بود. در جریان جنگ، دشمن برای خاموش کردن صدای ملت ایران، ساختمان صداوسیما را هدف قرار داد و تعدادی از همکاران رسانه‌ملی نیز به شهادت رسیدند. این اتفاق خود نشان‌دهنده اهمیت و اثرگذاری فعالیت‌های رسانه‌ای صداوسیما بود.

فرمانده سپاه تهران بزرگ تأکید کرد: ایستادگی و فعالیت کارکنان صداوسیما در تهران و مراکز استانی، به‌ویژه در جریان جنگ و بحران‌ها، بسیار ارزشمند بود و نشان داد رسانه‌ملی در شرایط دشوار نیز توان حفظ ارتباط خود با مردم را دارد.

وی یکی دیگر از نقاط قابل توجه عملکرد رسانه‌ملی را نقش آفرینی در فرهنگ‌سازی و شکل‌گیری رویدادهای بزرگ مردمی و اجتماعی دانست و گفت: در بسیاری از برنامه‌ها و فعالیت‌های بزرگ اجتماعی، نقش آفرینی صداوسیما را از نزدیک مشاهده کرده‌ایم. رسانه‌ملی در انعکاس صحنه‌ها و جلوه‌هایی که می‌تواند اراده و ظرفیت یک ملت را به جهان نشان دهد، نقش مؤثری داشته است.

حسن زاده در جمع‌بندی عملکرد پنج‌ساله رسانه‌ملی گفت: صداوسیما دوره‌ای پنج‌ساله با تراکم بالای فعالیت‌ها و مأموریت‌ها را پشت سر گذاشته که در آن نوآوری، خلاقیت، ایده‌های جدید و اقدامات متفاوت دیده می‌شود و نتیجه این اقدامات را می‌توان در افزایش سرمایه اجتماعی و انعکاس ارزشمند رویدادهای مهم کشور و جهان مشاهده کرد.

فرمانده سپاه تهران بزرگ در ادامه درباره پویش «جانفدا» اظهار کرد: پس از آغاز این پویش و استقبال مردم، ظرفیت جدیدی از مشارکت مردمی شکل گرفت که ابعاد آن به‌تدریج گسترده‌تر شد.