راه ادامه‌دار «نردبان» با یک نگاه تخصصی

سردبیر و کارگردان برنامه «نردبان» شبکه مستند درباره اهداف و دستاوردهای این برنامه صحبت کرد. اصغر احمدپور سردبیر، کارگردان و یکی از تهیه‌کنندگان برنامه نردبان شبکه مستند سیما که به طور تخصصی به سینمای مستند می‌پردازد در گفت‌وگو با صبا درباره رویکردهای سری چهارم این برنامه توضیح داد: نردبان در دوره جدید خود تغییر رویکرد داد و با طراحی و افزودن بخش‌های جدید، به شکلی بسیار تخصصی درآمد و با این‌که این برنامه قبل از این هم به مستند می‌پرداخت، تصمیم بر این شد تا با یک نگاه کاملا تخصصی به سینمای مستند ایران و جهان به راه خود ادامه دهد. وی با اشاره به این که به‌تازگی به فیلمبرداری فیلم مستند در این برنامه پرداخته می‌شود، بیان کرد: قبل از هرچیز سعی داشتیم با حضور برخی عوامل مستند به ثبت و تجربیات آنها بپردازیم و فیلمبرداری مستند هم یکی از همین بخش‌ها بود. در این خصوص به موضوعاتی دیگر مانند تدوین، صداگذاری و ... نیز خواهیم پرداخت و با نگاهی تخصصی با مستندسازان و عوامل مستند، اعم از پیر و جوان به گفت‌وگو می‌نشینیم.

رئیس مرکز تحقیقات صداوسیما از جابه‌جاشدن حد نصاب‌های برنامه‌های نوروزی رسانه ملی خبر داد

افزایش مخاطبان رسانه ملی در روزگار کرونا

فاطمه شهدوست
رسانه

شروع امسال هم مثل سال گذشته همچنان به روزهای کرونایی گره خورده بود، داستانی که انگار سر دراز دارد و قرار نیست به آخر برسد. در جریان این ماجرا صدا و سیما هم مدت‌هاست که دست به کار شده و تدارک ویژه‌ای دیده است. حرکتی که باعث شد آمار مخاطبان دنیای صدا و تصویر هم تغییر پیدا کند. بر همین اساس رئیس مرکز تحقیقات صداوسیما از جابه‌جا شدن برخی حدنصاب‌ها در جذب مخاطب برنامه‌های نوروزی رسانه ملی خبر داد و عامل آن را طراحی سبک رسانه‌ای تولید در بحران توصیف کرد. به گفته علی طلوعی، حدود ۸۰ درصد مردم در ایام نوروز مخاطب برنامه‌های رسانه ملی بوده‌اند؛ «نون خ۳» با ۸۲٫۱ درصد مخاطب در میان سریال‌ها و «عصر جدید» با ۷۰.۵ درصد مخاطب در میان ویژه‌برنامه‌های تحویل سال، حد نصاب بیننده برنامه‌های نوروزی را ارتقا داده‌اند.

علی طلوعی روز گذشته در نشستی با خبرنگاران با اشاره به فعالیت این مرکز در طول ایام عید برای افکارسنجی درباره سریال‌ها و ویژه‌برنامه‌های نوروز ۱۴۰۰ گفت: مهم‌ترین تفاوت نوروز امسال با سال‌های گذشته، ادامه‌یافتن بیماری منحوس کرونا و تأثیرش بر برنامه‌سازی در رسانه‌ها بود.

وی تلاش رسانه ملی برای خلق لحظه‌های پرنشاط و شاد را ستود و متذکر شد: درحالی‌که اکثر رسانه‌های دیداری و شنیداری دنیا پرچمشان نیمه‌برافراشته بود، همکاران رسانه ملی نسبت به سال‌های قبل با مجاهدت بی‌بدیل، پرتلاش‌تر ظاهر شدند و برای خلق لحظه‌های پرنشاط و آرامش‌بخش برای مردم در حد حماسه پیش رفتند. به گفته طلوعی، به دلیل شرایط کرونا، نوروز سال گذشته با کم‌وکاستی‌هایی همراه بود و بیشتر برنامه‌های نوروزی از «پایتخت» گرفته تا «عصر جدید» یا «دوپینگ» و «کامیون»، با پایان‌بندی ناقص کار را به سرانجام رساندند و تلاش همکاران برنامه‌ساز با چالش جدی مواجه شد.

در ادامه از آنچه این روزها در صدا و سیما گذشته به شکل آماری صحبت شد که می‌توانید سری به آن بزنید.

موفقیت سبک رسانه‌ای تولید در بحران

به گفته رئیس مرکز تحقیقات سازمان، اما امسال رسانه ملی با طراحی سبک رسانه‌ای تولید در بحران توانست کاری انجام دهد که نسبت به سال گذشته در اکثر حوزه‌ها نه‌تنها کم گذاشته نشد، بلکه همکاران رسانه ملی توانستند حدنصاب‌ها را جابه‌جا کنند.

وی تصریح کرد: ازاین‌رو، هم خدا را شاکریم و هم امیدواریم زحمات برنامه‌سازان برای ایجاد نوروزی شاد و پرنشاط مقبول مردم افتاده باشد. طلوعی با اشاره به شیوه نظرسنجی و آمارگیری این مرکز بیان کرد: قاعده کار این است که اعداد و ارقام زمانی معنادار شوند که امکان تقاطع‌گیری میسر باشد و با توجه به شرایط کرونایی، این اتفاق کمی مشکل بود، اما اتفاق افتاد.

نظرسنجی در ایام کرونا

وی با اشاره به تأثیر کرونا بر نظرسنجی گفت: سال گذشته در شرایط کرونا نظرسنجی را به صورت تلفنی انجام دادیم، چون امکان نظرسنجی حضوری فراهم نبود. در نظرسنجی تلفنی هم معمولا با توجه به فرهنگ جامعه ما و ذائقه پاسخگویی، در برخی موضوعات، بیش‌برآوردی و در موضوعات حساس با کم‌برآوردی مواجهیم و این روند کار نظرسنجی را سخت کرد. رئیس مرکز تحقیقات سازمان نظرسنجی در نوروز ۱۴۰۰ را مهم و مؤثر تلقی کرد و گفت: امسال دو مرحله نظرسنجی در هفته اول و هفته دوم نوروز انجام دادیم. پرسشگران در تهران و ۳۱ مرکز استانی با حضور در مقابل منازل آمار دقیق و مستندی جمع‌آوری کردند که بخشی از این آمار در هفته اول فروردین از طریق اداره کل روابط عمومی رسانه ملی منتشر شد.

آمار فیلم‌بازها

طلوعی با اشاره به استقبال مخاطبان از فیلم‌های سینمایی پخش شده از سیما در ایام نوروز، گفت: ۴۲ درصد مردم فیلم‌های سینمایی را تماشا کردند که حدنصاب مناسبی برای استقبال مخاطبان در نوروز امسال به شمار می‌آید. از این تعداد ۵۵ درصد مخاطبان فقط فیلم‌های ایرانی را دیدند، ۲۱ درصد فقط بیننده فیلم‌های خارجی بودند و ۲۴ درصد هم هر دو گونه، یعنی ایرانی و خارجی را مشاهده کردند.

تک‌تیرانداز؛ پربیننده‌ترین فیلم

وی افزود: پربیننده‌ترین فیلم‌های سینمایی نوروز امسال «تک‌تیرانداز» با ۵۱ درصد مخاطب بود که برای اولین بار از تلویزیون پخش شد و پس از آن «شکرستان» با ۴۰.۸ درصد، «۲۳ نفر» با ۴۰ درصد بودند و پس از آنها نیز فیلم‌های «خروج»، «رد خون»، «یدو» و «مهران» که پیش از اکران در سینماها، برای اولین بار از تلویزیون پخش شد رتبه‌های بعدی را به خود اختصاص دادند. این درحالی‌که است که طبق نظرسنجی‌های ما همه فیلم‌های سینمایی که در نوروز روی آنتن سیما رفت، رضایت ۸۰ درصدی را از آن خود کرده‌اند. رئیس مرکز تحقیقات سازمان با بیان این‌که شرکت‌کنندگان در نظرسنجی در پاسخ به این پرسش که ترجیح‌شان برای تماشای یک برنامه یا شبکه کدام است، افزود: شبکه‌های یک، سه و نسیم در رتبه‌های اول تا سوم پاسخ به این پرسش قرار گرفتند. این درحالی است که شبکه‌یک و سه حدود یک‌درصد با هم اختلاف دارند، طوری که ۲۴ درصد مخاطبان شبکه‌یک و ۲۲.۷ مخاطبان شبکه‌سه را انتخاب کردند. نوروز ۹۹ نیز شبکه‌یک سیما ترجیح اول بینندگان تلویزیون شده‌بود.

نگاهی به عملکرد سال ۹۹ رسانه‌ملی

طلوعی در پاسخ به سوالی درباره عملکرد سال ۹۹ رسانه‌ملی گفت: پربیننده‌ترین شبکه‌های ما در سال ۹۹ شبکه‌سه، یک، خبر و آی‌فیلم بودند و شبکه‌نسیم در رتبه بعدی قرار داشت.

وی افزود: فاصله شبکه‌سه با شبکه‌یک از نظر مخاطب نیز در سال گذشته نزدیک سه‌دهم‌درصد بود.

رئیس‌مرکزتحقیقات صدا و سیما درباره بیشترین رشد مخاطب در سال گذشته گفت: شبکه‌یک بیشترین رشد مخاطب را در این سال تجربه کرد و پس‌ازآن شبکه‌های خبر و آموزش در جایگاه بعدی قرار گرفتند.

طلوعی افزود: در سال ۹۹ سرانه تماشای خبر در تلویزیون ۶۳ دقیقه و این میزان شنیده‌شدن در رادیو هم ۲۰ دقیقه بود. پربیننده‌ترین بخش‌های خبری، خبر ۲۰:۳۰ شبکه‌دو، خبر ۲۱ و خبر ۱۴ شبکه‌یک بوده‌اند. پرشنونده‌ترین‌های خبر رادیو هم بخش‌های ۱۴ و ۸ و ۷ صبح رادیو ایران بودند.

رئیس‌مرکز تحقیقات‌سازمان با بیان این‌که بر اساس نظرسنجی‌ها در سال ۹۹ با رشد ۹ درصدی مخاطبان رادیو مواجه بودیم، میانگین شنیدن رادیو در سال گذشته را ۲ ساعت و ۴ دقیقه اعلام کرد و گفت: طبق یافته‌های این مرکز در سال ۹۹ زنان بیشتر از مردان رادیو گوش دادند و مردان بیشتر از زنان خبر را پیگیری کردند.

شنیدنی‌ترین رادیوها

طلوعی با اشاره به استقبال مناسب مخاطبان از برنامه‌های رادیو هم گفت: میزان شنوندگان رادیو در این ایام ۲۱ درصد بود که در این بین شبکه‌های رادیویی آوا، جوان و پیام بیشترین میزان شنونده را در میان شبکه‌های رادیویی داشتند. وی درباره مخاطبان خبر سیما گفت: بیش از ۵۶ درصد مخاطبان خبر سیما را دنبال کردند و ۴۰ درصد مخاطبان نیز بیننده شبکه‌های استانی بودند.

آمار پرمخاطب‌ترین‌ها

طلوعی با دسته‌بندی برنامه‌های مختلف نوروزی، نتایج نظرسنجی برنامه‌های رسانه ملی را این گونه تشریح کرد: در ایام نوروز امسال هفته اول ۸۲.۶ درصد مردم برنامه‌های رسانه ملی را دیدند. این برنامه‌ها شامل ویژه‌برنامه‌ها و سریال‌های نوروز، ویژه تحویل سال، اخبار و ... بود که مخاطب را پای قاب تلویزیون و رادیو نشاند. در هفته دوم میزان مخاطبان به ۷۶.۸ درصد رسید که به این ترتیب میزان بیننده هفته اول و دوم نزدیک ۸۰ درصد و مدت‌زمان تماشای برنامه برای هر فرد ۲ ساعت و ۴۶ دقیقه بوده است.

عصر جدید؛ پربیننده‌ترین در میان ویژه‌های سال‌تحویل

رئیس مرکز تحقیقات سازمان درباره مخاطبان «برنامه‌های ویژه سال‌تحویل» گفت: بیشترین بیننده را برنامه «عصر جدید» با ۷۰.۵ درصد مخاطب از شبکه‌سه داشت که در نوع خودش هم حد نصاب جدیدی به شمار می‌آید. پس از آن برنامه «فرمول یک» شبکه‌یک با ۳۰.۴ درصد، «سلام» از شبکه‌قرآن ۱۸.۱ درصد مخاطب و پس از آن «نوروزترین نوروز» در شبکه‌پنج، «حول حالنا» در شبکه‌سلامت و «سین هشتم» در شبکه‌افق رتبه‌های بعدی پربیننده‌ترین‌های تحویل سال را از آن خود کردند.

«نون خ۳»؛ صدرنشین سریال‌ها

طلوعی با اشاره به استقبال مخاطبان از سریال‌های نوروز ۱۴۰۰ بیان کرد: در فضای سریال‌های نوروزی حدنصاب خوبی داشتیم. سریال «نون خ۳» در شبکه‌یک ۸۲.۱ درصد را به خود اختصاص داد که در نوع خود حدنصاب جدیدی برای سریال‌های نوروزی بود، چراکه تاکنون به چنین رقمی در سریال‌های نوروزی نرسیده بودیم.

رئیس مرکز تحقیقات رسانه ملی افزود: مخاطبان «نون خ۳» از این سریال حدود ۸۸ رضایت در حد زیاد داشتند و پس از آن به ترتیب سریال «گاندو ۲» با حدود ۶۱ درصد مخاطب و رضایت در حد زیاد بیش از ۸۵ درصد، «هم‌بازی» با ۲۸/۲ درصد مخاطب، «نوروز رنگی» با ۲۰ درصد و برنامه «دست‌انداز» شبکه‌نسیم با ۱۷/۵ درصد رتبه‌های دیگر را از آن خود کردند. بااین‌حال نزدیکی‌درصد مخاطبان دو سریال «نون خ۳» و «گاندو ۲» که بالای ۵۰ درصد بیننده داشتند، در نوروز امسال قابل‌توجه بود. رئیس مرکز تحقیقات سازمان با اشاره به این نکته که وقتی صحبت از مخاطب ۲۰ درصدی به میان می‌آید، به معنای دربرگیری ۱۹ میلیون نفر از جمعیت کشور است، متذکر شد: با احتساب این ارقام می‌توان به پرمخاطب‌بودن ویژه‌برنامه‌های نوروزی صحه گذاشت. طلوعی همچنین به دو قسمت پایانی پایتخت ۶ که در آخرین روزهای سال ۹۹ پخش شد، اشاره و تصریح کرد: بر اساس نظرسنجی مرکز تحقیقات، ۸۱٫۴ درصد مردم بیننده دو قسمت پایانی پایتخت ۶ بوده‌اند و رضایت از آن ۷۵٫۷ درصد در حد زیاد بوده است.

«خندوانه»؛ محبوب ویژه‌های نوروزی

وی ادامه داد: «خندوانه» در شبکه‌نسیم با ۵۴ درصد مخاطب، «سیم آخر» ۴۶.۴ درصد در شبکه‌سه، «کودک شو» با ۴۱.۷ درصد در شبکه‌نسیم، «ایرانگرد ۴» با ۴۱ درصد شبکه‌یک، «شوت‌بال» با ۳۵.۸ درصد در شبکه‌نسیم، «دست‌پخت» ۳۳.۸ از شبکه‌یک، مسابقه «ایران» با ۳۲/۴ درصد از شبکه‌یک، مسابقه «زوجی نو» با ۳۲٫۲ درصد از شبکه‌سه، مستند حیات‌وحش با ۳۱٫۵ درصد از شبکه‌مستند، «کلبه عمو پورنگ» با ۳۰ درصد از شبکه‌دو، مسابقه «هوش برتر» از شبکه‌نسیم با ۲۸٫۴ درصد، «شوخی‌شوخی» از شبکه‌سه با ۲۶ درصد، «ستاره‌ساز» از شبکه‌سه با ۲۴٫۴ درصد و مسابقه «شهروند و مافیا» با ۲۱ درصد از شبکه‌سلامت بالاترین مخاطبان را داشتند.

مرکز تحقیقات و انتخابات

طلوعی درباره نظرسنجی انتخابات امسال گفت: از مهرماه سال ۹۹ نظرسنجی انتخاباتی مرکز تحقیقات صداوسیما آغاز و تاکنون شش نظرسنجی انجام‌شده است. تا خرداد ۱۴۰۰ هم ریتم نظرسنجی متفاوت می‌شود و هم تعداد آنها افزایش خواهدیافت.

وی افزود: در نظرسنجی‌های مرکز تحقیقات رسانه‌ملی تقاطع‌گیری نبض اجتماعی با برنامه‌های تلویزیونی مهم است. به گفته رئیس مرکز تحقیقات‌سازمان، رسانه ملی در مراحل مختلف انتخابات اعم از تبیینی، تبلیغی و تهییجی این نظرسنجی را انجام می‌دهد و وظیفه این مرکز تقاطع‌گیری نبض اجتماعی برای دریافت صحت این نظرسنجی است تا از این مسیر به کمک برنامه‌سازان بیاید.

طلوعی با تاکید بر این‌که سوابق نظرسنجی‌های انتخاباتی مرکز تحقیقات با قدمت پنج دهه‌ای فعالیتش، دقت و صحت این نظرسنجی‌ها را اثبات کرده‌است، در پاسخ به این سوال که آیا نتایج نظرسنجی‌هایی که در ایام انتخابات به نقل از مرکز تحقیقات رسانه ملی منتشر می‌شود، صحت دارد، تاکید کرد: تنها منبع انتشار نظرسنجی‌های مرکز تحقیقات رسانه‌ملی، روابط عمومی صداوسیماست و هرگونه نظرسنجی را که از غیر از این منبع منتشر شود، پیشاپیش تکذیب می‌کنیم.

طلوعی:
امسال دو مرحله نظرسنجی در هفته اول و هفته دوم نوروز انجام دادیم. پرسشگران در تهران و ۳۱ مرکز استانی با حضور در مقابل منازل آمار دقیق و مستندی جمع‌آوری کردند که بخشی از این آمار در هفته اول فروردین از طریق اداره کل روابط عمومی رسانه ملی منتشر شد

خبر

دوست دارم مردم را بخندانم

گیتی معینی، بازیگر سینما و تلویزیون در گفت‌وگو با «استودیو هشت» رادیو نمایش گفت: قبل از این‌که در تلویزیون شروع به کار کنم، شناسنامه رادیو هستم و ۵۰ سال سابقه هنری در رادیو دارم.

به گزارش جام جم وی افزود: رادیو عشق است، من کارم را از ۱۲ سالگی شروع کردم و سختی‌های زیادی کشیدم تا به اینجا رسیدم و باعث افتخارم است که برای کشورم خدمت کنم. معینی ادامه داد: من در رادیو کارم را در استودیو هشت شروع کردم و از آن خاطره‌های زیادی دارم.

وی همچنین در مورد سریال حورا که در حال حاضر از شبکه یک سیما پخش می‌شود، افزود: کار حورا، کار خوب و قشنگی بود اما چون بیشتر در قالب طنز کار کرده‌ام، دوست دارم بیشتر مردم با دیدن کارهایم بخندند، نه این‌که غمگین شوند. چون در حال حاضر باتوجه به شرایط بیماری، مردم به اندازه کافی گرفتار و ناراحت هستند، بنابراین لبخند مردم به من انرژی می‌دهد و من دوست دارم مردم همیشه بخندند.

معینی از تجربه‌اش در جشنواره فیلم فجر، در مورد کاندیدا شدن برای بازیگری در فیلم ابلق گفت: من این توانایی را دارم که بتوانم در هر ژانری ایفای نقش کنم اما بیشتر قالب طنز را دوست دارم. فیلم ابلق هم کاری متفاوت بود، من آن را بسیار دوست داشتم و کارم را با انگیزه انجام دادم. اگر از طرف داوران برای من بی‌عدالتی شد، اشکالی ندارد، من سیمرغم را از مردم کشورم گرفتم.

«ایران به توان من» برنامه جدید رادیو ایران

«ایران به توان من» برنامه تازه وارد شبکه رادیویی ایران است که با محور انتخابات ریاست‌جمهوری پخش می‌شود.

به گزارش جام‌جم، ایران به توان من سعی دارد با معرفی افراد شاخص، مشاغل و صنایع موفق علت موفقیت انتخابشان را بررسی کرده و در نهایت چگونگی انتخاب درست را به مخاطب معرفی کند. گروه سیاسی در راستای افزایش آگاهی عمومی و زمینه‌سازی مناسب برای حضور مردم در سیزدهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری از اواسط اسفند برنامه‌های مختلفی را تهیه کرده که یکی از این برنامه‌ها ایران به توان من نام دارد. این برنامه به معرفی مشاغل و صنایع موفق که در گامی جهادی و تخصصی به تقویت اقتصادهای بومی، ایجاد اشتغال و جهش تولید پرداخته‌اند، می‌پردازد.

این برنامه در ۳۰ قسمت ۱۵ دقیقه‌ای به معرفی ۱۵ صنعت در تهران و ۱۵ صنعت در شهرستان می‌پردازد. ایران به توان من به تهیه‌کنندگی و بازیگری فاطمه عبدالوند و مصطفی پیرویسی از شنبه ۱۴ فروردین روزهای شنبه، دوشنبه و چهارشنبه ساعت ۲۳ و ۱۰ دقیقه از رادیو ایران پخش می‌شود.

«صاحبدلان» به‌زودی در آی‌فیلم

شبکه آی‌فیلم، سریال تلویزیونی «صاحبدلان» به‌کارگردانی محمدحسین لطیفی را از ۲۲ فروردین راهی خانه آی‌فیلمی‌ها در سراسر کشور می‌کند.

به‌گزارش جام‌جم و به نقل از روابط‌عمومی شبکه آی‌فیلم، سریال پرطرفدار صاحبدلان محصول شبکه یک سیما به تهیه‌کنندگی رضا جودی از یکشنبه ۲۲ فروردین در کانال فارسی پخش می‌شود.

این سریال سال ۱۳۸۵ و در گونه درام، خانوادگی و مذهبی تولیدشده است.