



خبر

## نتایج یک نظرسنجی درباره تأثیرگذاری «گاندو»

نتایج نظرسنجی یک موسسه افکار‌سنجی دانشگاهی معتبر در مورد فصل دوم سریال «گاندو» نشان می‌دهد این سریال باعث افزایش مشارکت مردم در انتخابات و افزایش اعتماد به نظام شده است.

به گزارش روابط عمومی شبکه سه، براساس نتایج نظرسنجی یک مؤسسه افکار‌سنجی دانشگاهی که از ۱۷ تا ۱۹ فروردین ۱۴۰۰ انجام شده است، ۸۵/۷ درصد مخاطبان سریال گاندو، موضوعات مطرح‌شده در آن را بسیار زیاد یا تا حدی نزدیک به واقعیت می‌دانند.

از سوی دیگر، ۴۳/۲ درصد بینندگان این سریال معتقدند پس از دیدن آن علاقه‌شان به انگلستان کمتر شده است. همچنین ۵۱/۹ درصد مخاطبان گاندو ۲ نیز بعد از دیدن این سریال، ابراز کرده‌اند علاقه‌شان پس از تماشای سریال به آمریکا کمتر شده است.



منصوروی؛

یکی از کارهایی

که سعی کردیم

روی محتوا انجام

بدهیم این بود که

مصادق افرادی

را که این دعا در

زندگی‌شان نمود

داشت، پیدا کنیم

و به آنها بپردازیم.

بخش دیگری که

امسال بیشتر

به آن پرداخته‌ایم

بحث روایت فتح

شهید آوینی است

اما در بخش مهم‌تر این نظرسنجی از مردم پرسیده شده آیا فصل دوم سریال گاندو، تأثیری بر اعتماد مردم به نیروهای امنیتی کشور، سازمان اطلاعات سپاه، سپاه و صاوسیما داشته است یا خیر. در پاسخ، مخاطبان این سریال عنوان کرده‌اند ۸۶/۴ درصد اعتمادشان به نیروهای امنیتی، ۸۲/۵ درصد به سازمان اطلاعات سپاه کشور، ۷۳/۸ درصد به سپاه و ۶۵/۷ درصد نیز به صاوسیما اعتمادشان افزایش یافته است. در ادامه از مخاطبان گاندو پرسیده شده آیا تماشای فصل دوم این سریال بر تمایل آنها به مشارکت در انتخابات تأثیری داشته است یا نه؟ در پاسخ، ۳۳/۴ درصد بعد از دیدن این سریال، تمایل‌شان به شرکت در انتخابات افزایش یافته است. سپس از مخاطبان این سریال پرمخاطب پرسیده شده آیا فصل دوم گاندو در ترسیم مساله نفوذ و تلاش سازمان‌های جاسوسی کشورهای غربی برای نفوذ به ایران موفق بوده است یا نه؟ در پاسخ، ۸۹/۳ درصد تا حد بسیار زیاد یا تا حدی موافقت‌کن این سریال به اهداف خود دست‌یافته و در نشان دادن نفوذ سرویس‌های بیگانه موفق بوده است. درنهایت از مخاطبان این سریال پرسیده شده با توجه به توقف پخش این سریال، ترجیح می‌دهند ادامه این سریال چه زمانی پخش شود؟ در پاسخ، ۸۰/۴ درصد مردم معتقدند این سریال باید تا قبل از انتخابات حتما پخش شود.

## با مسابقه «ما خانواده‌ایم» به خانه سلامت برسید

مسابقه «ما خانواده‌ایم» کاری از گروه خانواده و سلامت رادیو سلامت است که شرکت‌کنندگان با حضور در این برنامه در فینال به خانه سلامت راه پیدا می‌کنند. به گزارش روابط عمومی رادیو سلامت، سردبیری و نویسندگی این برنامه را الهه گیوه‌چی به عهده دارد. وی با اشاره به بخش‌های مسابقه ما خانواده‌ایم گفت: این مسابقه کاری از گروه خانواده و سلامت رادیو سلامت است. در این مسابقه سه شرکت‌کننده حضوری داریم که همه از یک خانواده هستند. مادر، پدر و فرزند در مسابقه شرکت می‌کنند و با حضور یک کارشناس مشاور خانواده، خانم دکتر لیلا رحیمیان مراحل مسابقه را طی و امتیاز دریافت می‌کنند. وی ادامه داد: مجری برنامه مسعود خواجه‌وند است. طراحی مسابقه ما خانواده‌ایم بر مبنای استعاره‌هایی که در علم روان‌شناسی وجود دارد، صورت گرفته است. در علم روان‌شناسی، دره غرور، اقیانوس خشم، کلیه تنهایی و... داریم. هر مسابقه در چهار مرحله است و شرکت‌کنندگان در این چهار مرحله حضور دارند. به‌عنوان مثال در کلیه تنهایی به صورت نمادین و نمایشی افکت‌هایی را پخش می‌کنیم که فضای تنهایی در کلیه را ایجاد کند و بعد از شرکت‌کنندگان درباره تنهایی و خروج از تنهایی سوال می‌پرسیم و در این بخش راهکار ارائه می‌دهیم. مسابقه ما خانواده‌ایم روزهای جمعه ساعت ۱۶ به تهیه‌کنندگی سولماز عطایی پخش می‌شود.



نویسنده درباره این‌که آیا مسائل روز در این قصه جایی دارند، بیان کرد: بله اما این‌طور نیست که بخواهیم نقد و شکایتی کنیم حتی مشکلات مالی نیز در قصه تنیده‌شده اما ماجرای کلی درباره مشکلات مالی نیست. سریال محرمی در کنار پروانه‌ها در ۳۰ قسمت برای ماه محرم در شبکه دو تهیه و تولید می‌شود.

## عرض ارادت دسته جمعی به امام رضا (ع)

برای شب‌های قدر و نیمه رمضان هم برنامه‌هایی در دکور داریم.

از تأثیرات کرونا هم در برنامه بگویید.

از آنجا که کرونا اجازه سفر به عتبات را به ما نمی‌دهد، در برنامه بخش ثابت کربلای داریم که آقای پویانفر اجرا می‌کنند و با تصاویری که از عتبات روی ویدئو وال می‌رویم، دسته جمعی امام حسین (ع) را زیارت کرده و سلام و عرض ادبی به آقا می‌کنیم. چهارشنبه‌ها هم به امام رضا(ع) عرض ارادت می‌کنیم.

بخش تعاملی هم با مخاطب داریم که دعاها و خواسته‌هایشان را بیان می‌کنند.

بله این بخش را امسال به برنامه اضافه کردیم. از آنجا که دعا برای دیگران بارها سفارش شده‌است، در این بخش مردم خواسته‌هایشان را به برنامه پیامک می‌کنند و آقای شریعتی خواسته‌ها را به اسم مطرح کرده و از همه می‌خواهد که نزدیک اذان برای آن دوست عزیز دعا کنند. از آنجا هم که هیات‌ها کمتر برگزار می‌شود، ما با بیننده‌هایمان یک قرار گذاشتیم که از شب اول تا پایان ماه مبارک به صورت دسته جمعی یک دور دعای مجیر، ابوحزمه، افتتاح و همه ادعیه ماه رمضان را بخوانیم. همچنین برای نیمه ماه رمضان، شب‌های قدر و شب عید فطر هم مداحی در برنامه خواهیم داشت.

با همه توضیحاتی که ارائه دادید، فکر می‌کنید نیاز و خواسته مخاطبان از یک برنامه سحری چیست؟

ما در این برنامه سعی کرده‌ایم سلیقه اغلب مخاطبان را مدنظر داشته باشیم. به همین خاطر بخش‌های مختلفی در برنامه داریم که هر کدام مخاطبان خاص خودش را دارد. به عنوان مثال موسیقی نواحی مختلف شهرستان‌ها را داریم که به هر حال این بخش مخاطبان خاص خود را دارد. از لحاظ تصویری هم سعی مان بر این بود که به خواسته و نظر مخاطبان احترام بگذاریم. به لحاظ شنوایی هم به تعبیری تلاشمان بر این بود که مدح و دعاها به درستی بیان شود. جالب است بدانید برای دعای سحر ما پنج‌دعا از پنج مداح در نظر گرفتیم تا به خواسته مخاطبانمان احترام گذاشته و سلیقه همه را مدنظر داشته باشیم.

چطور شد اجرای برنامه را به آقای شریعتی سپردید؟

به نظر من آقای شریعتی بهترین انتخاب برای اجرای برنامه‌های سحرگاهی است. چون بسیار آدم سلیمی است و آرامش ذاتی و انرژی مثبتش را به مخاطب منتقل می‌کند. باور و اعتقاد خودش درباره مباحثی که مطرح می‌کند بسیار روی باورپذیری مخاطب تأثیرگذار است. چون در زندگی شخصی‌اش هم به شدت آدم معتقد و آرام و مثبتی است. نکته مهم دیگری این‌که جزو مجریان اهل مطالعه و اهل دغدغه است و متن‌هایش را هم خودش می‌نویسد. بنابراین بهترین گزینه برای اجرای این برنامه آقای شریعتی بود.

فکری می‌کنید این برنامه قابلیت ادامه در سال‌های آینده را هم داشته باشد؟

تداوم یک برنامه دو بعد دارد؛ هم نوآوری، هم حفظ سطح کیفیت برای ادامه ارتباط با مخاطب. حفظ کیفیت در طول زمان سخت‌تر از یک‌بار برنامه خوب ساختن است. ما به‌جز آورده‌های جدید از قبیل قرارهای ثابت، پلی‌یک‌های مداحی، تقویت روایت‌ها که موضوعاتش را با مضامین دینی گره زدیم، در بخش دکور و فضای گرافیک سعی کردیم بالاتر بیایم. شرط تداوم، داشتن هر دوی اینهاست.



دارد اما این‌طور نیست که به‌طور مستقیم به ماه محرم ربط داشته باشد. وی ادامه داد: داستان ما درباره تغییرات یک آدم است که بر اثر اتفاقی تلنگری می‌خورد و دچار تغییر می‌شود. در اصل قصه‌ای درباره رشد و بلوغ یک انسان است و قهرمان ما رهی به بلوغی می‌رسد که همه ما دوست داریم تجربه‌اش کنیم. این

یوسف منصوری تهیه‌کننده این برنامه درباره ویژگی‌های آن و کلیت برنامه نکاتی را به جام گفت:

با توجه به این‌که دومین سالی است که تهیه‌کنندگی این برنامه را به عهده داریم، مهم‌ترین ویژگی و تفاوت آن به نسبت سال گذشته در چیست؟ به هر حال برای جذب مخاطب بیشتر که نمی‌توان در جازد.

یک برنامه بعضی اوقات با مخاطبیش ارتباطی می‌گیرد که به همین دلیل باید تلاش کند به نکات مثبتی که داشته پربوال بدهد و اگر هم کم و کاستی داشته، اشکالاتش را رفع کند. ما سال گذشته که ماه من را داشتیم با بازخورد خوبی روبه‌رو شدیم و فهمیدیم بخش‌هایی از برنامه بیشتر با مخاطب ارتباط برقرار کرده‌است.

منظورتان کدام بخش‌هاست؟

به‌عنوان مثال، بخشی که مربوط به آقای کاشانی و بحث‌های مربوط به امیرالمؤمنین است. همچنین بخش راویان دفاع مقدس که سعی کردیم امسال به این بخش اهتمام ویژه‌ای داشته باشیم.

یعنی چه تمهیدی اندیشیده‌اید؟

ما این بخش را به سه تا ۱۰ شب تقسیم کردیم تا از حضور سه نفر از عزیزان دعوت کنیم. یعنی ۱۰ شب در خدمت آقای یکتا، ۱۰ شب بعدی در خدمت آقای احمدیان و ۱۰ شب آخر هم در خدمت آقای تاجیک هستیم.

در این سه بخش به چه موضوعاتی می‌پردازید؟

شب‌هایی که در خدمت آقای یکتا بودیم درباره فرازهایی از دعای ابوحزمه کار کرده و مصداق آن در دفاع مقدس نمود پیدا کرد. یکی از کارهایی که سعی کردیم روی محتوا انجام بدهیم این بود که مصداق افرادی را که این دعا در زندگی‌شان نمود داشت، پیدا کنیم و به آنها بپردازیم. بخش دیگری که امسال بیشتر به آن پرداخته‌ایم، بحث روایت فتح شهید آوینی است. البته شاید به این مجموعه زیاد پرداخته شده‌باشد اما کاری که کردیم این بود که از کل مجموعه متناسب با موضوع برنامه بخش‌های سه چهار دقیقه‌ای را درآورده و پخش می‌کنیم. البته هر بار این بخش را با ادای دین به حاج قاسم شروع می‌کنیم.

در دکور برنامه هم تغییراتی ایجاد کردید و سعی کردید دکور خاص و متفاوتی از برنامه‌های سحر شبکه‌های دیگر و حتی با برنامه سال گذشته خودتان داشته‌باشید؟

دکور برنامه سحر علاوه بر این‌که باید به بیننده به لحاظ بصری احترام بگذارد، ملزومات دیگری هم دارد که باید رعایت شود. این‌که فضای روحانی وقت سحر را حفظ کند. ضمن این‌که نکته زائد نداشته و در خدمت بحث باشد. در کنار دکور، فضای گرافیکی برنامه هم باید متناسب با محتوا باشد. به عنوان مثال ما به جای موسیقی از مناجات‌ها، دعاها، نواها و صداهای مداحان استفاده کنیم. به عنوان مثال در بخش امیرالمومنین از مناجات خود امیرالمومنین استفاده می‌کنیم. برای ویدئو وال برنامه هم نمی‌توانیم از هر عکسی استفاده کنیم. البته دوستانی داریم که از عتبات برای ما عکاسی می‌کنند و می‌فرستند.

آبی که برای دکور استفاده کردید چه معنا و مفهومی در برنامه‌تان دارد؟ خیلی وقت‌ها در طراحی دکور به یک فکر می‌کنیم. اما می‌خواستیم سطح کارمان بالاتر برود. به همین دلیل می‌خواستیم از انعکاس برای کف دکور استفاده کنیم. بنابراین از نماد آب استفاده کردیم. ضمن این‌که معنویت خاصی ایجاد می‌کند.

## شبکه ۳ و گفت‌وگو با تهیه‌کننده و مجری برنامه

# شب‌ماه

دکور برنامه یکی از جذاب‌ترین بخش‌های آن است که بااست سواالت بسیاری برای مخاطبان هم شده است / عکس: پوریا زلفی‌زاده



نسبت سایر برنامه‌ها دارد، توانسته نظر خیلی‌ها را به خود جلب کند. نجم‌الدین شریعتی که بیشتر با اجرای

برنامه «سمت خدا» می‌شناسیم، در این برنامه معنویت و آرامش خاصی در اجرا دارد که بسیار متناسب با حال و هوای برنامه سحر است و به راحتی می‌تواند فضای معنوی این ساعت از روز را به مخاطبان برنامه منتقل کند. در کنار ویژگی اجرای او دکور دیدنی که محصول خلاقیت و کار جمعی است و متفاوت برنامه هم مورد توجه قرار گرفته‌است. تا جایی که خیلی‌ها سؤال می‌کنند زیر پای مجری مجازی است یا حقیقی. از این رو جام جم نیمه‌های شب یکی از شب‌های ماه خدا به پشت صحنه این برنامه رفته و گزارشی از روند تولید آن داشته و با مجری و تهیه‌کننده آن گفت‌وگو کرده‌است. پس اگر مشتاقید بدانید ماجرای دکور برنامه چیست یا این برنامه شامل چه آیتم‌هایی است، می‌توانید با ما در این گزارش همراه شوید.

هم نوبت به پلاتوی مجری می‌رسد

ش را به همان دوربینی که او اشاره چراغ کرین روشن می‌شود و مجری شنی از پیام‌های مردم را می‌خواند مطرح کرده بودند و از این طریق از دعا کنند. بعد از پیام‌ها تصاویری سود و سپس تصاویری از کربلای محمدحسین پویانفر. در این فاصله بز را در جزیره قرار می‌دهند و مجری سته و مهمان کتاب‌هایی را که به پیشه‌ای قرار می‌دهد. مدیر صحنه آنتن را گوشزد می‌کند و گفت وگو

آغاز می‌شود. در این بین صدای کلاغ‌های تازه از خواب بیدار شده هم شنیده می‌شود که لا به‌لای درختان در حال سروصدا هستند. با نزدیک شدن به پخش دعای سحر، مدیر صحنه به مجری و کارشناس اشاره می‌کند که یک دقیقه بیشتر فرصت ندارند. بنابراین کارشناس صحبت‌هایش را جمع‌بندی کرده و آیت‌م او به پایان می‌رسد. دعای سحر که پخش می‌شود، آتهایی که هنوز سحری نخورده‌اند به سرعت به سمت سالن غذاخوری می‌روند و بقیه هم کنار میز ایستاده و چای و خرما و شربت می‌خورند. دعای سحر به پایان می‌رسد و مجری در جای خود قرار گرفته و پلاتوی پایانی‌اش را می‌گوید. صدای اذان طنین‌انداز می‌شود و همه وسایل‌شان را جمع کرده و از همدیگر جداحافظی می‌کنند. گرچه چند نفر از آنها به سمت دفتر کارشان می‌روند و خود را برای سحر دیگری آماده می‌کنند.

بعد از پلاتوی ابتدایی مجری، تیتراژ می‌رود و مجری دعای سحر می‌خواند. پس از آن نوبت به پخش دعای ابوحزمه ثمالی از جوار حرم امام رضا(ع) در مشهد می‌شود و در این بین پچه‌های صحنه پل متحرك را برای مجری می‌گذارند تا از روی آن عبور کند. ویدئو وال تصاویری از حرم امام رضا(ع) را به نمایش می‌گذارد و حال و هوای

