مخاطبان میلیاردی محفل

داده‌کاوی جدید فصول گذشته برنامه محفل، حاکی از رشد مخاطبان این برنامه موفق تلویزیونی است

از زمان پخش نخستین فصل محفل بسیاری بر این نکته تاکید کردند که این برنامه می‌تواند تحولی تازه در رویکرد برنامه‌های مذهبی و قرآنی رسانه‌ملی باشد. حالا بعد از چند سال از گذشت پخش‌های مکرر محفل، می‌توان این گزاره را تایید کرد. نگاهی به کلیت محفل، نحوه پرداختن به مسائل قرآنی در محتوای آن و دعوت از مهمانان مختلف نشان می‌دهد که تاثیرگذاری آن حالا توانسته فراتر از یک برنامه تلویزیونی برود. حضور میزبانان مختلف این برنامه از کشورهای مختلف، صحبت از بخش‌های مختلف آن و استقبال بسیاری از مسلمانان خارج از ایران محفل را به یک برنامه موفق تبدیل کرده که برند متفاوتی را در قامت خروجی سازمان صداوسیما به تصویر کشیده است.

به‌تازگی آمارهای مرتبط با داده‌کاوی برنامه محفل منتشر شده که موفق بودن آن را تایید می‌کند. بر این اساس و طبق گزارش پایش و داده‌کاوی معاونت فضای مجازی رسانه‌ملی، در سه فصلی که از برنامه محفل پخش شده، حدود ۱۳۳ هزار محتوای تقطیع شده و یک میلیارد و ۴۰ میلیون بازدید در فضای مجازی را به‌همراه داشته است. میزان انتشار و بازدید در هر فصل، نسبت به فصل گذشته رشد مثبتی داشته است. براساس داده کاوی صورت گرفته، محفل برترین برنامه مذهبی رسانه‌ملی در فضای مجازی در سال ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴ به‌شمار می‌رود.

فصل سوم بیشترین میزان انتشار و بازدید را نسبت به دو فصل قبلی داشته که میزان انتشار محتوای تقطیع شده حدود ۶۰ هزار محتوا و میزان بازدید حدود ۵۶۵ میلیون بوده است. بیشترین فراونی انتشار در پلتفرم ایتا (حدود ۳۱ درصد) و بیشترین میزان بازدید محتوا در پلتفرم اینستاگرام (حدود ۷۴ درصد) است. فصل سوم در انتشار محتوا نسبت به فصل دوم، ۱۳ درصد و نسبت به بازدید



۸۸ درصد رشد داشته است. میزان انتشار فصل اول حدود ۲۱ هزار محتوا و ۱۷۶ میلیون بازدید، فصل دوم ۵۲ هزار انتشار و ۳۰۰ میلیون بازدید و فصل سوم ۶۰ هزار محتوا و ۵۶۵ میلیون بازدید است. صفحه برنامه محفل در اینستاگرام، در یک سال گذشته صد درصد رشد داشته و به یک میلیون و ۶۰۰ هزار فالوئر رسیده است.

اما باید به این نکته هم اشاره کرد که محفل در فصول گذشته خود نیز توانسته بود در میان برنامه‌های مختلف پرمخاطب بود. کما این‌که در ماه رمضان سال گذشته نیز توانست در میان برنامه‌های مختلف، پربازدید شود. درست در همان زمان بود که برخی روزنامه‌ها با استناد به آمارهای تلوبیون، همین مساله را تایید کردند. این آمارها نشان از آن داشت که محفل از برخی مجموعه‌های روی آنتن نیز مخاطب بیشتری را به خود اختصاص داده بودند. بسیاری بر این باورند که محفل با توجه به زبان ساده‌ای که در بیان مفاهیم دارد و به واسطه خلاقیت‌های متعددی که در دست داشته، توانسته به یک برند موفق و یک معیار برای برنامه‌های قرآنی و معارفی تبدیل شود. حالا آمارهای داده‌کاوی فصول گذشته، همین مساله را تایید می‌کند. ضمن این‌که نباید فراموش کرد مخاطبان محفل حالا به گروه‌های سنی کوچک‌تر هم رسیده‌اند. شاهد آن هم پخش فصلی با عنوان «محفل ستاره‌ها» است که پیش از این روی آنتن رفت و به صورت خاص برای همین گروه سنی بود. در حقیقت ارائه محتوای سالم و قرآنی برای این گروه سنی حالا با این فصل از برنامه توانست پا بگیرد تا ثابت کند که عوامل محفل فرای مرزها و رده سنی، اقدام به نشر مفاهیم قرآنی کرده‌اند. ناگفته پیداست در شرایطی که جنگ روانی شکل گرفته سمت و سوی خود را به شکل علنی به سمت مفاهیم مذهبی و باورهای دینی برده، تولید چنین برنامه‌هایی می‌تواند در خنثی کردن توطئه دشمنان مؤثر واقع شود.

روایت ایمان در قاب وقت سحر

برنامه سحرگاهی شبکه افق تلاش کرده مخاطبان روزه‌دار را در لحظات ناب مناجات همراهی کند



امیرگودرزی
گروه رسانه

برنامه‌های تلویزیونی سحر در ماه مبارک رمضان صرفا یک بخش از جدول پخش رسانه ملی نیستند بلکه حضور رسانه در یکی از معنوی‌ترین و اثرگذارترین لحظات زیست فردی و جمعی جامعه به‌شمار می‌آیند. سحر زمانی است که مخاطب با اختیار و نیت معنوی پای رسانه می‌نشیند و همین ویژگی، جایگاه این برنامه‌ها را از دیگر تولیدات تلویزیونی متمایز می‌کند. سحر زمان خلوت انسان با خدا و لحظه دعا، استغفار و مناجات است. حضور تلویزیون در این بازه زمانی، اگر با درک درست از فضا و مخاطب همراه باشد می‌تواند نقش تسهیل‌گر در تمرکز معنوی روزه‌داران ایفا کند و حال و هوای عبادی جامعه را تقویت کند. در چنین زمانی، حتی ساده‌ترین پیام‌ها نیز عمق و اثرگذاری بیشتری پیدا می‌کنند. از نگاه رسانه‌ای، مخاطب سحر مخاطب کیفی است؛ مخاطبی انتخابگر، آگاه و معناجو که نه برای سرگرمی بلکه برای همراهی معنوی با برنامه بیدار است. ارتباط‌گیری با این طیف از مخاطبان، برای هر رسانه‌ای نشانه اعتبار محتوایی و بلوغ حرفه‌ای محسوب می‌شود. اگر در سال‌های گذشته یک یا دو شبکه تلویزیونی برنامه زنده سحرگاهی داشتند، امروز تقریبا همه شبکه‌های سیما در ماه رمضان همراه مخاطبان مومن و سحرخیز هستند. «وقت سحر» یکی از برنامه‌های پرمخاطب در ماه رمضان است که از شبکه افق مقابل چشم روزه‌داران قرار می‌گیرد. به همین بهانه با علیرضا کاردان تهیه‌کننده این برنامه گفت‌وگو کرده‌ایم.

هفت سال با مردم

علیرضا کاردان، تهیه‌کننده وقت سحر با اشاره به سابقه تولید این برنامه به جام جم می‌گوید: وقت سحر امسال وارد هفتمین سال تولید خود شده و تلاش ما در تمام این سال‌ها این بوده است که هر سال افزونه‌ای در فرم و محتوا به برنامه اضافه کنیم تا دچار رکود و تکرار نشود.

وی می‌افزاید: در کنار تغییرات محتوایی، از جمله تغییر کارشناسان که برخی از عزیزان سال‌های گذشته همچون آقای دکتر غلامی، حاج آقا پناهیان و آقای مهدی امین فروغی دیگر در جمع ما نیستند، هر سال تغییراتی در فرم برنامه نیز اعمال شده است. تهیه‌کننده وقت سحر با اشاره به مهم‌ترین تغییر امسال می‌گوید: مهم‌ترین تفاوت برنامه امسال نسبت به سال گذشته این است که در سال‌های قبل معمولا دو کارشناس معارف قبل از اذان مباحث خود را ارائه می‌دادند اما امسال تنها آقای طباخیان به‌عنوان کارشناس حضور دارند و درباره اصحاب امیرالمومنین(ع) گفت‌وگو می‌کنند. وی ادامه می‌دهد: پیش از این بخش، آیتمی طراحی کرده‌ایم که درواقع یک پادکست تصویری است. با توجه به مختصات برنامه که بیشتر حال و هوای رادیویی دارد و مخاطب بیش از تصویر، صدا را دنبال می‌کند تلاش کردیم پادکستی تصویری تولید کنیم که مهمانان آن الزاما کارشناسان رایج حوزه معارف نباشند بلکه از اهالی اندیشه، شعر، نوشتن و روایت هم دعوت به عمل آوردیم.

کاردان می‌افزاید: در این پادکست، فضای گفت‌وگویی صمیمانه و رادیویی شکل می‌گیرد که در آن مهمانان از تجربیات معنوی، زیست معنوی و نگاه‌های متفاوت خود به مسائل معارفی صحبت می‌کنند. این بخش درواقع نسخه‌ای متفاوت از یک برنامه تلویزیونی است.

وی تأکید می‌کند: البته این به‌معنای حذف روحانی از بیان معارف نیست. زمان قبل از اذان همچنان وجود دارد و در آن یک روحانی به‌عنوان کارشناس به بیان مباحث معارفی می‌پردازد که اتفاقا کار درستی است. پیش از آن، یک گعده سه‌نفره با حضور حامد عسکری و دو مهمان روزانه برنامه داریم که درباره تجربیات و روایت‌های معنوی گفت‌وگو می‌کنند.

حضور «نقره خانم» در برنامه امسال

تهیه‌کننده وقت سحر می‌گوید: این ساختار سه‌نفره مهم‌ترین تفاوت برنامه امسال با سال گذشته است. سال گذشته دو کارشناس داشتیم اما امسال با حفظ حضور آقای طباخیان، بخش پادکست را به‌صورت سه‌نفره طراحی کرده‌ایم.



وی می‌افزاید: در کنار ضرورت تحول، ثبات نیز برای ارتباط با مخاطب اهمیت زیادی دارد. داستان‌هایی با محوریت شخصیت «نقره‌خانم» با خوانش حامد عسکری که اکنون چهارمین سال حضورش در برنامه است، همچنان حفظ شده و شروع برنامه با این بخش انجام می‌شود.

کاردان توضیح می‌دهد: حامد عسکری با توجه به ادبیات و مدل نوشتارش، شخصیت نقره‌خانم را طراحی کرده است؛ نامه‌هایی از زبان مردی خطاب به همسرش که با این قالب به اتفاقات روز و مسائل مختلف پرداخته می‌شود. این بخش در سال‌های گذشته به‌خوبی دیده شد و امسال نیز مورد توجه قرار گرفته است.

وی ادامه می‌دهد: علاوه بر این، پلاتوهای متعددی با موضوع شهدا، مناجات و دیگر موضوعات معنوی در برنامه داریم. مناجات‌خوانی زنده نیز بخشی از برنامه است که در ۱۰ شب نخست با حضور آقای محمد حسن‌زاده اجرا می‌شود و در ادامه ماه مبارک نیز میزبان دیگر عزیزان خواهیم بود. تهیه‌کننده برنامه وقت سحر درباره انتخاب مجری می‌گوید: حامد عسکری انتخاب بسیار مناسبی برای برنامه سحر است. ما در ناب‌ترین لحظات سال (سحرهای ماه مبارک رمضان) مهمان خانه کیفی‌ترین مخاطبان خود هستیم؛ مخاطبانی که برای عبادت بیدار می‌شوند و به‌نظر من شریف‌ترین و کیفی‌ترین مخاطبان رسانه هستند.

فرصتی برای ایفای نقش هدایتی رسانه

کارشناسان عقیده دارند برنامه‌های سحر فرصت مهمی برای ایفای نقش هدایتی رسانه فراهم می‌کنند. طرح مفاهیم اخلاقی، اجتماعی و دینی در این ساعات، به‌دور از هیجان و شعارزدگی، امکان پرداختن به زیست مؤمنانه و دین در متن زندگی روزمره را مهیا می‌سازد؛ رویکردی که بیش از آموزش مستقیم، بر تامل و درونی‌سازی مفاهیم تکیه دارد. کاردان نیز عقیده دارد حضور در این لحظات توفیق بزرگی است. با وجود تجربه تهیه‌کنندگی برنامه‌های مختلف، حس‌وحال این برنامه برای من کاملا متفاوت است.

او درباره انتخاب مجری برنامه نیز می‌گوید: حامد عسکری از نظر اعتقادی، فکری و ادبی به آنچه می‌گوید باور دارد، اهل مطالعه، نوشتن و شعر



است و این ویژگی‌ها برای برنامه سحر بسیار اهمیت دارد. کاردان ادامه می‌دهد: پلاتوهای برنامه نیاز به پرگویی هدفمند دارد و حامد از این توانایی برخوردار است. علاوه بر آن، آرامش در بیان و نحوه پرداخت او به محتوا، به کیفیت برنامه کمک زیادی می‌کند. در بخش‌های کارشناسی نیز همراهی خوبی با آقای طباخیان دارد و چون دست‌به‌قلم است، در تولید محتوا نقش فعالی ایفا می‌کند.

وی می‌افزاید: ما اتاق فکر داریم و حامد عسکری عضو این اتاق فکر است. طراحی پلاتوها عمدتا توسط خودش انجام می‌شود و این موضوع امتیاز مهمی برای یک مجری است که متن را خودش بنویسد و صرفا اجراکننده نباشد.

تهیه‌کننده وقت سحر با اشاره به روند تولید برنامه می‌گوید: چهارمین سالی است که توفیق تهیه‌کنندگی این برنامه را دارم. سال گذشته برنامه از مشهد پخش می‌شد، اما امسال از تهران روی آنتن رفتیم.

وی ادامه می‌دهد: امسال یکی از تلخ‌ترین اتفاقات برای تیم ما رخ داد. آقای مسعود مرادزاده، از دوستان قدیمی و اعضای اصلی تیم برنامه‌سازی، در حادثه‌ای در کلانتری تهرانپارس (در حوادث اخیر) به شهادت رسید. این اتفاق تاثیر عمیقی بر همه عوامل گذاشت. جای مسعود در برنامه به‌شدت خالی است و یاد و نام او در جای‌جای برنامه جاری است. تصمیم گرفتیم دوستانش هرشب به نیت او در برنامه حضور پیدا کنند و حق‌الزحمه‌ای که قرار بود به او تعلق بگیرد نیز به‌نام خودش کنار گذاشته شده است.

وی می‌گوید: مسعود همیشه کارهای سخت برنامه را بر عهده داشت، دغدغه معیشت داشت و زندگی سختی را تجربه می‌کرد، اما پای اعتقاداتش ایستاد. با وجود مشکلات اقتصادی، حساب اعتقادات و باورهایش را از همه‌چیز جدا می‌دانست. کاردان همچنین می‌گوید: مسعود را کنار خودمان احساس می‌کنیم. اگر ثوابی برای این برنامه باشد، همه عوامل آن را به نیت ایشان تقدیم می‌کنند و به حضور چنین انسانی در جمع خود مفتخریم.

برش

ایجاد حس همدلی و هم‌زمانی جمعی

کارشناسان باور دارند برنامه‌های سحر در ماه رمضان به ایجاد حس همدلی و هم‌زمانی جمعی کمک می‌کنند. تلویزیون در سحر به همراهی صمیمی تبدیل می‌شود که می‌تواند بازتاب‌دهنده دغدغه‌ها، اتفاقات روز، فقدان‌ها و امیدهای جامعه باشد. همین ویژگی باعث می‌شود پیام‌های اجتماعی در این فضا صادقانه‌تر و باورپذیرتر دریافت شوند. تهیه‌کننده وقت سحر در همین خصوص تاکید می‌کند که در این برنامه به اتفاقات روز هم توجه شده است. او عنوان می‌کند: اتفاقات اجتماعی و سیاسی اخیر به‌طور طبیعی در انتخاب موضوع‌ها و بافت گفت‌وگوهای برنامه تاثیر گذاشته است. ما جدای از جامعه نیستیم و باور داریم با وجود همه سختی‌ها، پایان این مسیر به نفع جریان حق خواهد بود. از منظر روانی برنامه‌های سحر نقش آرام‌بخش دارند. دکور، ریتم آرام، گفت‌وگوی کم‌تنش، مناجات و موسیقی متناسب با این ساعات، به کاهش اضطراب و تنظیم روان مخاطب کمک می‌کند و او را برای ورود به یک روز روزه‌دارانه آماده می‌سازد. تهیه‌کننده برنامه وقت سحر درباره دکور برنامه می‌گوید: در طراحی دکور از نمادهای معماری اسلامی و ایرانی استفاده کردیم. میزها و المان‌ها دست‌ساز هستند و از عناصر معماری مساجد الهام گرفته شده‌اند تا حس و انرژی سحر در دکور دیده شود. به‌نظرم با وجود محدودیت‌ها، دکور قابل قبول است. آنچه به‌شکل واضح دیده می‌شود، تنوع برنامه‌های سحرگاهی ماه مبارک رمضان است.

کاردان، درباره افزایش تعداد برنامه‌های سحر در شبکه‌های مختلف تلویزیون می‌گوید: شبکه افق از پیشگامان برنامه‌های سحر بوده است. هر شبکه باید بر اساس ماموریت خود برنامه‌سازی کند و ما نیز تلاش کرده‌ایم در گفت‌وگوهای کارشناسی، به‌ویژه با محوریت اصحاب امیرالمؤمنین(ع)، به اسلام اجتماعی و مسائل روز جامعه بپردازیم. به‌هرترتیب، برنامه‌های سحر فرصتی برای خلاقیت رسانه‌ای است، چراکه به جای تصویرمحوری و شلوغی بصری، صدا، کلمه، روایت و معنا در مرکز توجه قرار می‌گیرد. بسیاری از تجربه‌های موفق و ماندگار تلویزیون ایران، از همین ساعات خلوت سحرگاهی شکل گرفته‌اند. بنابراین به‌نظر می‌رسد اهمیت برنامه‌های تلویزیونی سحر نه در میزان بیننده، بلکه در کیفیت ارتباط با مخاطب، عمق اثرگذاری و نقشی است که در تقویت هویت معنوی و اجتماعی رسانه ایفا می‌کنند.

مزایده سراسری املاک و اموال تملیکی و مازاد بانک ملی ایران

بانک ملی ایران تعدادی از اموال مازاد خود را از طریق مزایده الکترونیکی سامانه تدارکات دولت (ستاد ایران) به صورت نقد عرضه می‌نماید.

تاریخ برگزاری و انتشار مزایده: از ساعت ۱۰ صبح مورخ ۱۴۰۴/۱۲/۰۵ لغایت ساعت ۱۹ عصر مورخ ۱۴۰۴/۱۲/۲۳ می‌باشد.
مهلت دریافت اسناد مزایده: از ساعت ۱۰ صبح مورخ ۱۴۰۴/۱۲/۰۵ تا ساعت ۱۹ عصر مورخ ۱۴۰۴/۱۲/۱۳ می‌باشد.
مهلت ارائه پیشنهاد و شرکت در مزایده: از ساعت ۱۰ صبح مورخ ۱۴۰۴/۱۲/۰۵ تا ساعت ۱۹ عصر مورخ ۱۴۰۴/۱۲/۲۳ می‌باشد.
تاریخ بازگشایی پاکت‌های الکترونیکی: ساعت ۸:۳۰ صبح روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۴/۱۲/۲۴ خواهد بود.
توجه: امکان شرکت در مزایده بدون دریافت / دانلود اسناد مزایده میسر نمی‌باشد، لذا متقاضیان شرکت در مزایده حتما می‌بایست جهت شرکت در مزایده تا قبل از اتمام تاریخ مهلت دریافت اسناد مزایده (ساعت ۱۹ عصر مورخ ۱۴۰۴/۱۲/۱۳) نسبت به دریافت اسناد مزایده از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) اقدام نمایند.
متقاضیان خرید برای کسب اطلاعات بیشتر می توانند از طرق ذیل اقدام نمایند.
۱- تماس تلفنی با شماره تلفن ۶۰۹۹۴۰۴۰
۲- ارسال پیامک عدد ۱۵ به سر خط ۱۰۰۰۴۸۸۵
۳- مراجعه به سایت بانک ملی ایران به آدرس www.bmi.ir بخش مناقصه و مزایده ⇦ مزایده‌ها ⇦ فهرست مزایده‌های بانک ملی ایران ⇦ مزایده سراسری (نوبت دوم اموال غیرمنقول اسفند ماه ۱۴۰۴) اموال تملیکی و مازاد بانک ملی ایران
۴- مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) www.setadiran.ir ⇦ مزایده ⇦ مزایده دستگاه اجرایی ⇦ غیر منقول ⇦ جستجوی پیشرفته ⇦ شماره مزایده ⇦ (مزایده شماره ۲۰۰۴۰۹۱۲۱۸۰۰۰۰۱۵ اموال غیرمنقول)
۵- مراجعه حضوری به کلیه ادارات امور و شعب بانک ملی ایران

آگهی مناقصه
مرکز طراحی و توسعه صنعتی رازی
در نظر دارد تامین تجهیزات مورد نیاز خود را به شماره مناقصه ذیل از طریق مناقصه عمومی به تولیدکنندگان و تامین‌کنندگان واجد شرایط واگذار نماید. لذا شرکت‌های دارای رزومه کاری مرتبط می توانند حداکثر طی ۱۰ روز از تاریخ درج آگهی جهت دریافت اسناد مناقصه در ساعات اداری به آدرس: **فلکه اول تهرانپارس، بلوار پیروین، روبروی خیابان ۱۵۰ شرقی پلاک ۱۷** مراجعه نمایند. هزینه خرید هر یک از اسناد مناقصه مبلغ ۵۰۰،۰۰۰ ریال می‌باشد و شرکت‌کنندگان بایستی این مبلغ را به شماره شبای IR 140150000003100010920868 به‌نام مرکز طراحی و توسعه صنعتی رازی واریز کرده و اصل فیش واریز را به‌هنگام دریافت اسناد مناقصه به واحد معاونت بازرگانی تحویل نمایند.
هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.
شماره تماس جهت هماهنگی: ۷۷۸۸۹۸۴۶
خرید قطعات تابلو کنترل — به شماره مناقصه ۳۰۵-۱۸۵-۰۴

آگهی مناقصه
مرکز طراحی و توسعه صنعتی رازی
در نظر دارد تامین تجهیزات مورد نیاز خود را به شماره مناقصه ذیل از طریق مناقصه عمومی به تامین‌کنندگان واجد شرایط واگذار نماید. لذا شرکت‌های دارای رزومه کاری مرتبط می توانند حداکثر طی ۱۰ روز از تاریخ درج آگهی جهت دریافت اسناد مناقصه در ساعات اداری به آدرس: **فلکه اول تهرانپارس، بلوار پیروین، روبروی خیابان ۱۵۰ شرقی پلاک ۱۷** مراجعه نمایند. هزینه خرید هر یک از اسناد مناقصه مبلغ ۵۰۰،۰۰۰ ریال می‌باشد و شرکت‌کنندگان بایستی این مبلغ را به شماره شبای IR 140150000003100010920868 به‌نام مرکز طراحی و توسعه صنعتی رازی واریز کرده و اصل فیش واریز را به‌هنگام دریافت اسناد مناقصه به واحد معاونت بازرگانی تحویل نمایند.
هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.
شماره تماس جهت هماهنگی: ۷۷۸۸۹۸۴۶
مجموعه پمپ‌های سانتریفیوژ — به شماره مناقصه ۳۰۸-۱۸۵-۰۴
مجموعه کابل آلومینیوم — به شماره مناقصه ۳۰۹-۱۸۵-۰۴