

بستر سازی رسانه ملی برای «مهار تورم و رشد تولید»



استقبال مردمی، رمز موفقیت رسانه ملی در دوران تحول
تحلیل سریال های نروزی

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



ماهیت برای

تهیه شده در اداره کل آمار
و توسعه فناوری اطلاعات

گزارش عملکرد سازمان
صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

سال هفتم - شماره ۷۰
فرودین ۱۴۰۳

گفتگوی ویژه خبری

۲۳

تبیین بیانات رهبر معظم انقلاب با محوریت شعار سال ۴ تحلیل و بررسی مسائل اقتصادی ۶ بازتاب ابعاد عملیات وعده صادق ۶ تبیین جنایات صهیونیست‌ها در منطقه ۸ ابعاد معنوی ماه مبارک رمضان ۹ بررسی مسائل داخلی کشور ۱۰ زیرذره بین «وعده صادق؛ و نابودی اسطوره شکست‌ناپذیری» ۱۱

برنامه‌های شاخص

۱۳

«زیرخاکي ۴» از شبکه یک ۱۴ «نون خ ۵» از شبکه یک ۱۴ «رستگاری» از شبکه دو ۱۴ «هفت سر اژدها» از شبکه سه ۱۴ «بی‌واسطه» از شبکه یک ۱۵ «بازی اختاپوس» از شبکه یک ۱۵ «پا به ماه» از شبکه دو ۱۵ «چرنگ» از شبکه نسیم و سیمای کهگیلویه و بویراحمد ۱۶ «خراش» از شبکه افق ۱۶ «فلسطین ۲۰۴۰» از شبکه امید ۱۶

استقبال مردمی، رمز موفقیت رسانه ملی در دوران تحول

۲۱

جهت‌گیری کلی رسانه ملی از منظر رهبر معظم انقلاب ۲۲ برخی از راهبردهای تحولی رسانه ملی ۲۲ مهم‌ترین عوامل موفقیت رسانه ملی در جذب مخاطب در دوره مدیریت جدید سازمان ۲۳ اقدامات مهم رسانه ملی برای افزایش جذب مخاطبان در دوره تحولی ۲۴ ویزندها ۲۴

بسترسازی رسانه ملی برای «مهار تورم و رشد تولید»

۲۵

الف) سیاست‌ها و راهبردهای رسانه‌ای برای تبیین و اجرای شعار «مهار تورم و رشد تولید» ۲۶ ب) بایدها و نبایدهای برنامه‌سازی ۲۷ ج) عملکرد رسانه ملی با محوریت شعار «مهار تورم و رشد تولید» در یک نگاه ۲۹ د) محورهای مورد توجه برنامه‌سازان ۳۰ د) مهم‌ترین برنامه‌ها ۳۱ ه) عملکرد آماری حوزه‌های برنامه‌ساز سازمان با موضوع «مهار تورم و رشد تولید» ۴۸

تحلیل سریال‌های نوروزی

۵۵

«زیرخاکي ۴» از شبکه یک ۵۷ «نون خ ۵» از شبکه یک ۵۸ «رستگاری» از شبکه دو ۵۹ «هفت سر اژدها» از شبکه سه ۶۰

خبرهای شاخص

۶۱

استمرار دیدارهای ریاست سازمان در راستای تقویت نقش قرارگاهی رسانه ملی ۶۲ تحول در رسانه با انتصابات جدید ۶۴ امیدآفرینی از طریق انعکاس توفیقات و پیشرفت‌ها ۶۵ قدردانی مسئولان از رسانه ملی به سبب جریان‌سازی و روایت برتر ۶۵

سخن نخست

امسال پس از گذشت ۳۰ سال دوباره شاهد تلاقی نوروز باستانی و بهار طبیعت با ماه مبارک رمضان و بهار دل‌ها بودیم؛ یکی پیام‌آور تحول و دگرگونی در طبیعت و دیگری پیام‌آور تحول انسان با برکات خداوند. این تقارن مبارک اما موجب پیوند سنت‌های دینی و ملی در بین ایرانیان شده و مردم خلاق و هوشمند نیز از دیرباز سنت‌های الهی، قومی و میهنی خود را به شایستگی با هم تلفیق کرده و از هر دو بهره لازم را برده‌اند. در این بین رسانه ملی نیز برای ارج نهادن به آیین‌ها، سنت‌ها و ارتقای باورهای ملی و دینی با تولید و پخش ویژه‌برنامه‌ها، سریال‌ها، فیلم‌ها و عیدانه‌های ویژه از سیما و صدای سراسری، استانی و برون‌مرزی کوشید آثاری درخور، شایسته، مفید و پاسخگوی نیازها و انتظارات مخاطبان خود مهیا کند. نکته قابل تأمل برنامه‌های نوروز و رمضان امسال رسانه ملی این بود که با سرلوحه قرار دادن سند تحول کوشید با عناصر و ظرافت‌های هنرمندانه، اصیل و انقلابی و خلاقیت در تولید محتوا کارنامه قابل قبولی برای این دو مناسبت از خود به‌جا بگذارد. بخش «در مدار تحول» نشریه «ماه شیشه‌ای» با عنوان «استقبال مردمی، رمز موفقیت رسانه ملی در دوران تحول» و با پرداختن به مهم‌ترین و شاخص‌ترین برنامه‌های نوروزی و رضوانی و شرح استقبال مخاطبان گویای موفقیت در اجرایی‌شدن بخشی از سند تحول است. گزارش دیگر نشریه با عنوان «رسانه ملی سکوی مهار تورم و رشد تولید» (شعار سال ۱۴۰۲) هم با اشاره به سیاست‌ها و راهبردهای رسانه‌ای، بایدها و نبایدها، عملکرد رسانه ملی در این موضوع، مهم‌ترین محورهای برنامه‌سازان و... نگاه جامعی با محوریت سند تحول به شعار سال داشت. همچنین علاقه‌مندان می‌توانند مطالب دیگری همچون: تحلیل سریال‌های نوروزی، اخبار شاخص و... را در هفتمین شماره این نشریه مطالعه کنند.



۵۵ - ۶۰



تحلیل سریال‌های
نوروزی

۲۵ - ۵۴



بسترسازی رسانه ملی
برای «مهار تورم و رشد تولید»

۲۱ - ۲۴

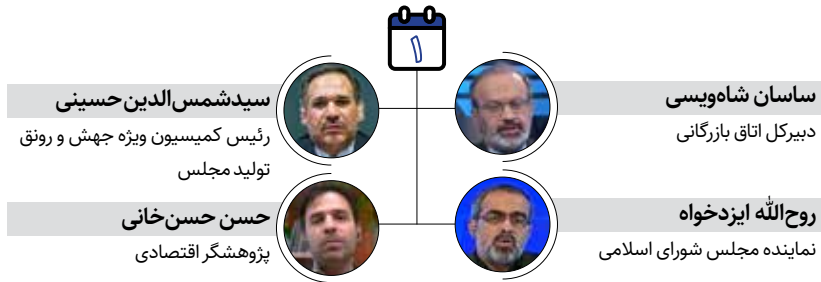


استقبال مردمی
رمز موفقیت رسانه ملی
در دوران تحول

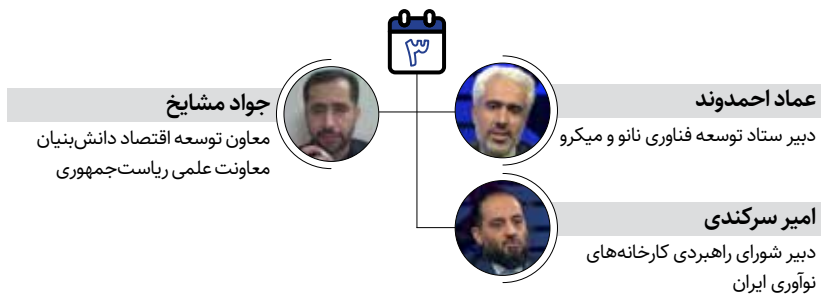
فروردین

گفتگوی ویژه خبری

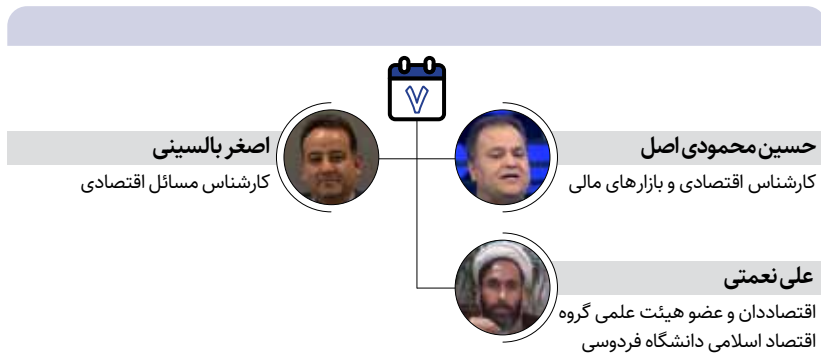
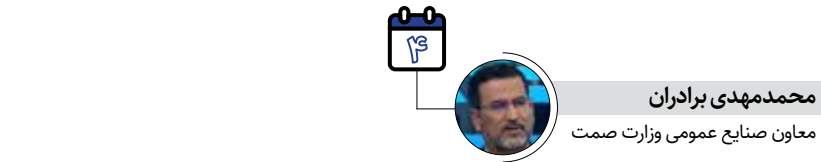
ملزومات تحقق جهش تولید با مشارکت مردم



نقش دانش بنیان ها در تحقق شعار سال



نقش بخش خصوصی در تحقق شعار سال



تبیین بیانات رهبر معظم انقلاب با محوریت شعار سال

ماهیت

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره ۷۰

گفتگوی ویژه خبری

رشد تولید با ارتقای بهره‌وری



میرسامان پیشوایی
رئیس سازمان ملی بهره‌وری



میثم فرج‌اللهی
رئیس مرکز طرح‌های کلان و پیشران
معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری

سازکارهای عملیاتی کردن مشارکت مردم در جهش تولید



محسن زنگنه
نماینده مجلس



سیداحمد عبادتیان
دستیار رئیس‌جمهور در امر مردمی‌سازی
دولت



عباس جهانبخش
عضو هیئت علمی و استاد دانشگاه

ظرفیت‌سنجی، اولویت‌بندی و تقسیم وظایف برای تحقق شعار سال



حمید کلانتری
رئیس انجمن بهره‌وری



صمدعزیززاد
استاد دانشگاه



علی اژدری
کارشناس اقتصادی



نقش اصناف در مردمی سازی اقتصاد



محمود بنانزاد مشهدی
دبیرکل اتاق اصناف ایران



حمیدرضا رستگار
رئیس اتاق اصناف تهران



ایوب فصاحت
سرپرست سازمان مرکزی تعاون روستایی

چشم انداز تورم و نقدینگی در سال جدید



حسین درودیان
کارشناس اقتصادی



جعفر مهدی زاده
مدیرکل اقتصادی بانک مرکزی

بررسی راهکارهای تولید ۹۰ درصدی محصولات کشاورزی



محمدجواد مؤیدیان
کارشناس اقتصادی



علیرضا مهاجر
معاون امور زراعت وزارت جهاد کشاورزی



بازتاب های پاسخ ایران به تجاوز رژیم صهیونیستی



مریم آذرچهر
فعال رسانه



سهیل کثیری نژاد
کارشناس مسائل رژیم صهیونیستی

واکاوی ابعاد پاسخ ایران به تجاوز رژیم صهیونیستی



مرتضی سیمپاری
کارشناس مسائل محور مقاومت



محمدجواد لاریجانی
کارشناس ارشد مسائل سیاسی

عملیات وعده صادق و عصر جدید غرب آسیا



علی باقری کنی
معاون سیاسی وزیر امور خارجه

تأثیر عملیات وعده صادق بر افزایش امنیت جمهوری اسلامی ایران



سعدالله زارعی
کارشناس ارشد مسائل بین الملل

رژیم صهیونیستی؛ از تنبیه تحقیرآمیز تا بن بست راهبردی



غلامرضا کریمی
کارشناس روابط بین الملل



سیدرضا صدرالحسینی
کارشناس مسائل غرب آسیا

عملیات وعده صادق؛ بحران دکترین امنیتی - انتظامی رژیم صهیونیستی



ابوالفضل بازرگان
تحلیلگر مسائل بین الملل



هادی محمدی
کارشناس ارشد مسائل راهبردی

وعده صادق؛ از بحران امنیتی تا شکست رسانه‌ای رژیم صهیونیستی



مهدی رحمتی
کارشناس مسائل سیاسی



علاءالدین بروجردی
کارشناس ارشد مسائل سیاسی



علیرضا پورجعفری
کارشناس رسانه



علیرضا کوهکن
کارشناس مسائل بین الملل

شرایط مقاومت در غزه در ششمین ماه جنگ



خلیل الحیه

معاون دفتر سیاسی جنبش انقلابی حماس

حمله تروریستی رژیم صهیونیستی به ساختمان کنسول گری ایران در دمشق



وحید جلال زاده

رئیس کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس



ایرج فرخنده پور

کارشناس مسائل غرب آسیا



رفیق لطف

کارشناس مسائل سیاسی



احمد زارعان

کارشناس مسائل غرب آسیا

جنايات صهیونیست‌ها در غزه و وظیفه ملت‌های مسلمان



حسین ریوران

کارشناس مسائل غرب آسیا



محسن مهدیان

فعال رسانه‌ای

جهانی‌شدن مسئله فلسطین و غزه



علاءالدین بروجردي

کارشناس مسائل سیاسی



حسین کنعانی مقدم

کارشناس مسائل سیاسی



تأثیر قطع روابط دولت‌های اسلامی با رژیم صهیونیستی



عباس خامه یار
کارشناس مسائل غرب آسیا



سیده‌ادی سیدافقهی
کارشناس مسائل غرب آسیا

وتوکردن قطع‌نامه عضویت فلسطین در سازمان ملل توسط امریکا در حمایت از رژیم صهیونیستی



ابراهیم متقی
کارشناس روابط بین‌الملل



فؤاد ایزدی
کارشناس روابط بین‌الملل



محمدباقر خرمشاد
تحلیلگر مسائل سیاسی

عدالت علوی و حمایت از مظلوم



حسن رحیم‌پور ازغدی
عضو شورای عالی انقلاب فرهنگی

از علی آموز میزان عمل



حسن رحیم‌پور ازغدی
عضو شورای عالی انقلاب فرهنگی

علی؛ معنویات و مادیات



حسن رحیم‌پور ازغدی
عضو شورای عالی انقلاب فرهنگی

نهیضت «زندگی با آیه‌ها»؛ از روند اجرا تا چشم‌اندازها



سیدمصطفی حسینی
دبیر شورای توسعه قرآنی کشور



علی تقی‌زاده
دبیر نهیضت ملی «زندگی با آیه‌ها»

جزئیات مصوبه افزایش جریمه‌های راهنمایی و رانندگی



سید تیمور حسینی
رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی



امیرحسین بهارلو
معاون حقوقی مرکز وکلا

بررسی ابلاغیه سیاست‌های کلی سلامت پس از ۱۰ سال



سعید کریمی
معاون درمان وزارت بهداشت



سیدحسین امامی رضوی
دبیر فرهنگستان علوم پزشکی

جایگاه تشکلهای دانشجویی در نگاه رهبر انقلاب



محمد مهدی احمدی
دبیرکل اتحادیه جامعه اسلامی دانشجویان



فاطمه سادات هوشمند
مسئول بخش خواهران دفتر تحکیم وحدت

امیر محمد کولانی
دبیر سابق اتحادیه جامعه اسلامی دانشجویان



محمد جواد دارا
معاون سیاسی سابق بسیج دانشجویی

توسعه صنعت هسته‌ای در صنایع و زندگی مردم



حکیم قیم
رئیس پالایشگاه آبادان



محمد اسلامی
رئیس سازمان انرژی اتمی



سید کاظم رضوی
رئیس انجمن پزشکی هسته‌ای

اتصال شرکتهای خودرویی به سامانه جامع خدمات پس از فروش

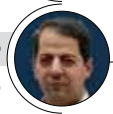


محمد علی اسفغانی
سخنگوی سازمان تعزیرات حکومتی



حمید محله‌ای
مدیرکل دفتر خدمات فنی و مهندسی وزارت صمت

سید وحید نجفی
رئیس انجمن خدمات پس از فروش ایران



محمد الهیاری
خبرنگار خبرگزاری صداوسیما

«وعده صادق» و نابودی اسطوره شکست‌ناپذیری

اسلامی در چشم جهانیان و ناظران جهانی شده است. ایشان همچنین افزودند: موضوع تعداد موشک‌های شلیک‌شده و یا موشک‌های به هدف اصابت کرده که طرف مقابل بر روی آن‌ها متمرکز شده، موضوع دست دوم و فرعی است، موضوع اصلی ظهور قدرت اراده ملت ایران و نیروهای مسلح در عرصه بین‌المللی و اثبات آن است که ناراحتی طرف مقابل نیز از همین موضوع است.

رسانه ملی نیز باتوجه به بیانات رهبر معظم انقلاب درباره ابعاد پنهان عملیات «وعده صادق»، هم‌زمان با شروع عملیات طی تماس‌های تلفنی و یا با دعوت از کارشناسان و تحلیلگران منطقه، مخاطبان را نسبت به ابعاد مختلف سیاسی این عملیات آگاه کرد. از سری برنامه‌های رسانه ملی که با کارشناسان و تحلیلگران متعددی گفت‌وگو کرد، برنامه «گفتگوی ویژه خبری» از شبکه خبر بود که در کنار دیگر برنامه‌های تحلیلی، ترکیبی، مستند و... روی آنتن رفت. گفتنی است، این برنامه چندین شب را به تبیین و تحلیل شکست بزرگ اطلاعاتی و تسلیحاتی اسرائیل اختصاص داد.

پس از حمله هوایی رژیم صهیونیستی به کنسولگری جمهوری اسلامی ایران در ۱۳ فروردین ۱۴۰۳ در دمشق که موجب شهادت فرماندهان عالی‌رتبه سپاه شد، وعده عملیات انتقامی ایران توسط فرمانده معظم کل قوا داده و تصمیم قطعی کشورمان برای اجرای عملیات انتقامی از رژیم صهیونیستی به‌صورت رسمی از تریبون‌های مختلف اعلام شد.



الف) تنبیه متجاوز

در شامگاه ۲۵ فروردین ۱۴۰۳ عملیات تنبیهی ایران توسط سامانه‌های تسلیحاتی نیروی هوافضای سپاه تحت عنوان «وعده صادق» آغاز شد و رسانه ملی نیز بلافاصله پس از شروع عملیات، این خبر غرورآمیز را منعکس کرد. گفتنی است، رهبر معظم انقلاب نیز در دیدار با فرماندهان نیروهای مسلح در ۱۴۰۳/۰۲/۰۲، با تأکید بر دستاوردهای اخیر این نیروها (به‌طور اخص شکل‌دهی و ساماندهی عملیات تنبیهی «وعده صادق») اعلام کردند این دستاورد موجب ایجاد احساس شکوه و عظمت درباره ایران



۱. برنامه «گفتگوی ویژه خبری» شبکه خبر در ۱۴۰۳/۰۱/۳۰ با محوریت «عملیات وعده صادق؛ بحران دکترین امنیتی - انتظامی رژیم صهیونیستی» میزبان هادی محمدی، کارشناس ارشد مسائل راهبردی و ابوالفضل بازرگان، تحلیلگر مسائل بین‌الملل، بود.

۲. این برنامه در شب‌های دیگر نیز با محوریت عملیات «وعده صادق» از کارشناسان دعوت و موضوعات گوناگون از جمله: «بازتاب‌های پاسخ ایران به تجاوز رژیم صهیونیستی»، «واکاوی ابعاد پاسخ ایران به تجاوز رژیم صهیونیستی»، «عملیات وعده صادق و عصر جدید غرب آسیا»، «تأثیر عملیات وعده صادق بر افزایش امنیت جمهوری اسلامی ایران» و «رژیم صهیونیستی؛ از تنبیه تحقیرآمیز تا بن‌بست راهبردی» را بررسی کرد.



ب) شکست اطلاعاتی و تسلیحاتی دشمن برای

دومین بار

رسانه ملی شکست جدید اطلاعاتی رژیم صهیونیستی توسط مجموعه اطلاعاتی ایران را بازتاب داد و ابعاد مختلف آن را بررسی کرد. کارشناس رسانه ملی اهداف رژیم صهیونیستی برای فرار از معادله شکست قبلی خود در عملیات «طوفان الاقصی» و امنیت متزلزل این رژیم را موشکافی کرد. همچنین اعلام کرد رژیم صهیونیستی قصد داشت با حامیان خود وارد جنگ منطقه‌ای شود که طرف‌های غربی علاقه و تمایلی برای مشارکت در این جنگ نداشتند؛ لذا تصمیم گرفت فرار رو به جلو کند و با اطمینان از این‌که جمهوری اسلامی ایران پاسخی نخواهد داد، به کنسولگری ایران در دمشق حمله کرد. به همین علت از عملیات «وعده صادق» می‌توان به شکست اطلاعاتی دوم رژیم صهیونیستی در برابر ایران یاد کرد. گفتنی است، پس از اتمام این عملیات آشفته‌گی و سردرگمی کابینه اسرائیل را فراگرفت و طرف‌های غربی از جمله آمریکا منافع استراتژیک خود را در تناقض با گزینه‌های رژیم صهیونیستی دیدند و پای خود را عقب کشیدند که این امر شرایط را برای رژیم صهیونیستی بدتر کرد.

است، زیرا نمی‌تواند بدون موافقت هم‌پیمانان خود پاسخی بدهد و طرف‌های غربی نیز برای حفظ منافع استراتژیک خود حاضر به کمک نشدند؛ به‌عنوان مثال جو بایدن، رئیس‌جمهور آمریکا، باید شرایط خود را در پایگاه‌های رأی تثبیت کند تا در انتخابات پیش رو منتخب مردم باشد، در نتیجه امکان ریسک روی منافع استراتژیک را ندارد. با وجود تبلیغات رسانه‌ای دشمن برای نمایش مجهزترین و پیچیده‌ترین سپر امنیتی و دفاعی، ایران اسلامی نشان داد علی‌رغم سال‌ها تحریم و فشار روی پای خود ایستاده و به تجهیزاتی دست پیدا کرده که می‌تواند مقابل چنین سپر امنیتی بایستد و آن را در هم بشکند و لقب طولانی‌ترین حمله پهلادی را به خود اختصاص دهد.

د) اوج افتخار نظامی جمهوری اسلامی ایران

باوجود محدودیت‌ها، تحریم‌ها و فشارهای اقتصادی طراحی عملیاتی با چنین وسعت از لحاظ علمی و تکنیکی، اوج افتخار کشور است. در «گفتگوی ویژه خبری» این مسئله تبیین شد که ایران توانسته قلعه‌های پیشرفت را به نحوی فتح کند که نه تنها با تکنیک‌های پیشرفته غربی برابری کند، بلکه برتری خود را هم نشان دهد. پاسخ به اقدام جنایتکارانه رژیم صهیونیستی برای آن‌ها پیام‌هایی داشت؛ این‌که بدانند پرچم دفاع از فلسطین در دست ایران است، افکار عمومی جهان نسبت به قدرت دروغین اسرائیل تغییر کرده و در نهایت قدرت چانه‌زنی محور مقاومت در منطقه را افزایش داده است.

ج) طولانی‌ترین حمله پهلادی در برابر بزرگ‌ترین

سپر دفاعی

حمله پهلادی ایران آثار متعددی داشت که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به نمایش آمادگی و اراده تمام‌عیار برای حمله به اسرائیل اشاره کرد. از آن‌جا که احتمال حمله ایران به رژیم صهیونیستی وجود داشت، پدافند و گنبد آهنین این رژیم با کمک آمریکا، انگلیس، فرانسه و اردن در آماده‌ترین حالت دفاعی از لحاظ اطلاعاتی، سیاسی، ماهواره‌ای، سایبری و... قرار گرفت. در همین زمینه کارشناس رسانه ملی اعلام کرد که رژیم صهیونیستی در این جدال به بن‌بست رسیده

دشمن باید بداند در کشور ایران علی‌رغم صبر استراتژیک، خط قرمزهایی هم وجود دارد؛ کنسولگری ایران خط قرمز بود و اسرائیل پاسخ سختی پس از تجاوز به آن دریافت کرد. دشمن باید بداند کوچک‌ترین تجاوز با پاسخ سخت مواجه می‌شود و قرار نیست هر پاسخی ۱۲ روز به طول بینجامد.

برنامه‌های شاخص



«فلسطین ۲۰۴۰» از شبکه امید

مقدمه

”

ماهنامه «ماه شیشه‌ای» در صفحه ثابت «برنامه‌های شاخص» به معرفی تازه‌ترین و گاه بهترین تولیدات رسانه ملی می‌پردازد. در این برنامه‌ها که از تولیدات صداوسیما سراسری، استانی و برون‌مرزی گزیده می‌شوند؛ مؤلفه‌های **تازگی، برتر بودن، مخاطب پسند بودن، موفق بودن و...** لحاظ می‌شود.

شایان توجه است که تولیدات رسانه‌ای اخیر به موازات سند تحول سازمان صداوسیما که مورد تأیید رهبر معظم انقلاب قرار گرفته است؛ بر عناصر «**محتوا، جذابیت و کمیت**»، «**محتوای رو به آرمان به جای محتوای تحت ضابطه**»، «**حفظ و گسترش برندهای موفق (نهضت فصل دوم‌سازی)**»، «**استقرار نظام جریان‌سازی**»، «**فعال‌سازی نهضت اقتباس**» تأکید بیشتری دارند. این آثار تلاش دارند با درنظر گرفتن علائق و ذائقه مخاطبان همسو با محورهای دوازده‌گانه تحولی در محتوا همچون: **عدالت‌گستری، پیشرفت، ایثار و مقاومت، سبک زندگی و خانواده، هنر انقلاب، نقد غرب و هجو غرب‌زدگی، هویت جهانی - امتی، جوان مؤمن انقلابی، زن انقلابی، تاریخ پهلوی، تاریخ اسلام - ایران، نهادهای انقلاب اسلامی، عدالت‌گستری و محرومیت‌زدایی** پیش رفته و در بسترسازی و نهادینه کردن مسیر تعالی و پیشرفت فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی مخاطبان قدم‌های مؤثری بردارند.



«نون خ ۵»



«زیرخاکی ۴»



«هفت سر ازدها»

شبکه سه



«رستگاری»

شبکه دو

* شرح داستان سریال‌ها در قسمت تحلیل و بررسی و صفحات ۵۵ الی ۶۰ آمده است.

ماه تیر ۱۴۰۳

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره ۷۰

برنامه‌های شاخص



شبکه یک



«بی‌واسطه»

موضوع: بررسی پرونده‌های مهم و چالشی کشور.



«بازی اختاپوس»

موضوع: شکل‌گیری رژیم صهیونیستی و عملیات طوفان الاقصی با ساختار مستند.



«پا به ماه»

شبکه دو

موضوع: روایت‌های شیرین و شنیدنی خانواده‌ها از روزهای انتظار برای تولد فرزند.

ماه تپش

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره ۷۰

برنامه‌های شاخص

«چَرنگ»

شبکه نسیم و سیمای کهگیلویه و بویراحمد

موضوع: معرفی آداب و رسوم مردم و فرهنگ سازی درمورد مسائل زیست محیطی استان کهگیلویه و بویراحمد.



«خرانش»

شبکه افق

موضوع: بررسی تهدیدهای صهیونیسم بین الملل و مشکلات این رژیم برای جهان.



«فلسطین ۲۰۴۰»

شبکه امید

موضوع: بازنمایی جنبه‌های حماسی جبهه مقاومت و رشادت مردم غزه و تصویرسازی از آینده فلسطین آزاد.



ماه تیرماه

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره ۷۰

برنامه‌های شاخص

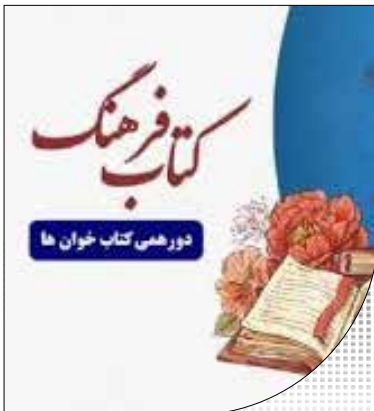


رادیوفرهنگ



«دردانه»

موضوع: بررسی فرهنگ پوشش ایرانی و عفاف و حجاب از دوران باستان تا امروز.



«کتاب فرهنگ»

موضوع: بررسی و نقد اندیشه‌های عرفانی «أشو» با خاستگاهی هندی و رشد و نموی امریکایی.



«پلاک ۸»

رادیوایران

موضوع: معرفی شهدای مدافع حرم به‌ویژه اولین شهدای اهل سنت ایران.

ماه تیر

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره: ۷۰

برنامه‌های شاخص

«روی خط باشید»

رادیواقتصاد

موضوع: افزایش اطلاعات حقوقی با محوریت آموزش مباحث حوزه جعل اسناد و تشریح مجازات آن در قانون.



«کوک آوا»

رادیوصبا

موضوع: پخش موسیقی و ترانه‌های محلی از خطه‌های ترکمن صحرا، چهارمحال و بختیاری، گیلان، بوشهر و



«افق روشن»

رادیوسلامت

موضوع: تشریح راهکارهای افزایش جمعیت از جمله: پرداخت وام ازدواج و فرزندآوری و



ماه چهارم

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره: ۷۰

برنامه‌های شاخص



«ندایی از درون غزه»

سیمای تهران

موضوع: تشریح مبارزات مردم مظلوم فلسطین و جنایات رژیم اشغالگر قدس از زاویه‌ای نزدیک.



«سلام ایران»

سیمای گلستان

موضوع: آشنایی با استان‌ها و جاذبه‌های گردشگری آن‌ها و استفاده از ظرفیت شبکه‌های استانی برای بازنمایی آداب و رسوم و توانمندی‌های استان گلستان و



«گیل پخت»

سیمای گیلان

موضوع: ثبت و ضبط چگونگی طبخ غذاهای محلی و سنتی مناطق مختلف گیلان بدون موسیقی و نریشن و با صدای اصلی طبیعت، لباس و گویش محلی.

«گنجینه»

صدای چهارمحال و بختیاری

موضوع: بررسی آثار هنری و میراث فرهنگی و دیرین بام بلند ایران.



«ویکی هیسپان»

شبکه هیسپان تی وی

موضوع: بررسی دلایل نزدیک شدن سلطنت طلبان ایرانی به رژیم صهیونیستی با توجه به مخالفت میلیون ها نفر در سراسر دنیا با این رژیم کودک کش.



«جریان خاورمیانه»

شبکه پرس تی وی

موضوع: بررسی ابعاد عملیات نظامی «وعده صادق» و دستاوردهای آن در سطح منطقه و جهان.



ماهیت

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره ۷۰

برنامه‌های شاخص

۲۰

استقبال مردمی، رمز موفقیت رسانه ملی در دوران تحول



«محفلی از شبکه سه»

در مدار تحول

مقدمه

”

باتوجه به نظریه‌های ارتباطی، گیرنده پیام یا مخاطب یکی از اجزاء و ارکان ارتباط به شمار می‌آید، تا آن‌جا که موفقیت هر رسانه براساس «مقدار مخاطب» (ضریب نفوذ کمی) و «تأثیر بر او» (ضریب نفوذ کیفی) سنجیده می‌شود. اساساً ماهیت و فلسفه وجودی رسانه با جذب مخاطب پیوند تنگاتنگی دارد و همواره مخاطب، هدف اصلی عملکرد رسانه‌ها و سازمان‌های رسانه‌ای است و به همین جهت برخی معتقدند نخستین گام مدیریت موفق در یک سازمان رسانه‌ای، جذب مخاطب بوده و بقای رسانه‌ها در گروی ایجاد ارتباط موفق میان فرستنده و گیرنده است.

باید اعتراف کرد که در عصر جدید رسانه‌ای، دغدغه جذب و حفظ مخاطب گریبانگیر تمام رسانه‌ها شده و سیاست‌گذاران رسانه‌ای را برآن داشته تا با بازنگری در عملکرد گذشته خود به شیوه‌های جدید در جذب مخاطب روآورند. سازمان صداوسیما نیز از این امر مستثنی نیست و «ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی»، «گسترش شبکه‌های رقیب مانند شبکه نمایش خانگی یا شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان»، «ظهور پلتفرم‌های ویدئویی در فضای مجازی»، «تغییر پرشتاب شرایط زیستی، سبک زندگی و علایق و ذائقه مخاطبان»، «خصیلت گزینشگری مخاطبان برای تماشای برنامه‌ها»، «پیچیدگی و تنوع جغرافیایی مخاطبان تلویزیون» و... موجب شده رسانه ملی در رابطه با جذب مخاطب بیش از هر زمان دیگر فضای کاملاً رقابتی و پرتلاطم رسانه‌ای را تجربه کند، برخی معتقدند رسانه ملی به‌عنوان ابررسانه صوتی و تصویری کشور در دهه‌های گذشته، جایگاه بهتری داشته است. این در حالی است که رسانه ملی از لحاظ ماهیت، مأموریت و هدف کاملاً متفاوت از دیگر رسانه‌ها در جامعه است.

رسانه ملی به صورت خاص در نوروز و ماه مبارک رمضان ۱۴۰۳، در کنار احترام به مخاطب و توجه به علایق و خواسته های او، به کارگیری بهینه تمامی امکانات مادی و منابع انسانی و تولید، بازتولید و توزیع پیام های هدفمند در چارچوب نظام های ارزشی ملهم از گفتمان انقلاب اسلامی و براساس راهبردهای مندرج در سند تحول رسانه ملی، دو شعار کلیدی «هویت محوری» و «عدالت گستری» را در دستور کار خود قرار داد.

جهت گیری کلی رسانه ملی از منظر رهبر معظم انقلاب

تنوع و جذابیت در صدا و به خصوص سیما شرط لازم توفیق آن رسانه است، ولی این نباید موجب گرایش به شیوه های زیان بخش و مخرب گردد. ترویج فرهنگ غربی و استفاده ابزاری از جاذبه های جنسی یا استفاده از موسیقی های لهوی و حرام و چیزهایی از این قبیل، نباید به بهانه جذاب کردن تلویزیون به این دستگاه مؤثر که در معرض دید همه قشرها و خانواده ها است، راه یابد.

حکم انتصاب مجدد علی لاریجانی به ریاست سازمان صداوسیما، ۱۳۷۸/۰۳/۰۵

توجه به ارزش های اسلام و انقلاب از آن چیزهایی است که درمورد آن نه من با شما رودربایستی دارم، نه شما باید با من رودربایستی داشته باشید.

بیانات در دیدار اعضای گروه های اجتماعی صدای جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۰/۱۱/۲۹

برخی از راهبردهای تحولی رسانه ملی

۲

احیای نقش روایتگری و تسهیلگری رسانه در مسیر پیشرفت مادی و معنوی کشور

۱

ایجاد جریان منسجم، مستمر و مؤثر در انتقال پیام غنی و امیدبخش ذیل گفتمان گام دوم انقلاب



۴

تقویت جاذبه رسانه ای برای مخاطب با اتکا به نوآوری مضمونی و روشی

۳

احیای نقش تسهیلگری و شتاب دهنده گی برای مشارکت انگیزی میان مخاطبان در تولید محتوای ملی و کنش اجتماعی

ماه شصت و نهم

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره ۷۰

استقبال مردمی، رمز موفقیت رسانه ملی

۲۲

موارد مذکور برخی از راهبردهای سازمان صداوسیما در دوران تحول است و رسانه ملی برای ماه مبارک رمضان و بهار ۱۴۰۳ باتوجه به همین راهبردها دو هدف اصلی «مدیریت و راهبری به سمت وضع مطلوب در بیشتر برنامه‌ها به جای کنترل و اداره وضع موجود» و «حرکت به سمت تولید محتوایی آرمانی، عمیق، هنرمندانه و جذاب به جای برنامه‌سازی بی‌جهت و سرگردان» را در دستور کار خود قرار داد.

با نگاهی به کارنامه رسانه ملی در دو سال گذشته و آمارهای موجود در زمینه رشد هشت درصدی مخاطبان نسبت به سال قبل و استقبال آنان از برنامه‌ها نیز می‌توان ادعا کرد که با وجود مشکلات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، به تدریج نهال تحول و ثمرات آن به بار نشسته است.

گفتنی است، امروزه شاهدیم بخش‌هایی از برنامه‌های رسانه ملی در شبکه‌های مجازی همه‌گیر و به سرعت پخش می‌شود، توجه هزاران هزار کاربر را به خود جلب می‌کند و توسط کاربران مختلف نیز در گروه‌ها و پیام‌رسان‌های مختلف به اشتراک گذاشته می‌شود. این بدان معناست که این برنامه‌ها به قدری جذاب بوده‌اند که به دیگر رسانه‌ها راه یافته‌اند و مخاطبان از بسترهای مختلفی همچون: تلویزیون، روبیکا و یا دیگر شبکه‌های اجتماعی پیگیر برنامه خاص خود هستند. از این رو، با اضافه کردن مخاطبان برنامه‌های رسانه ملی در قابی غیر از تلویزیون، آمار مخاطبان صداوسیما به‌طور محسوسی ارتقاء خواهد یافت.

باید در نظر داشت که براساس نظر کارشناسان هیچ‌کدام از پلتفرم‌ها قابل رقابت با رسانه ملی به‌ویژه تلویزیون نیستند. طبق آمارهای مرکز تحقیقات سازمان صداوسیما، کم‌بیننده‌ترین سریال‌ها هم در تلویزیون میلیون‌ها نفر مخاطب دارند؛ یعنی حداقل مخاطب هر سریال و برنامه تلویزیونی دو، سه میلیون نفر است، در حالی‌که اغلب برنامه‌ها در شبکه نمایش خانگی بیش از دو، سه میلیون مخاطب ندارند؛ پس می‌توان نتیجه گرفت که پلتفرم‌ها توان رقابت با تلویزیون را ندارند.

باید گفت که شبکه نمایش خانگی در هفته یک قسمت از یک سریال خاص را به نمایش می‌گذارد، در حالی‌که تلویزیون با ظرفیت بالای منابع نمایشی خود، ساعت‌های بسیاری از روز را به پخش نمایش، سریال و فیلم از شبکه‌های سراسری، استانی و برون مرزی اختصاص می‌دهد. همچنین این نکته حائز اهمیت است که تولیدات نمایش خانگی، دو ساختار رئالیتی‌شو و نمایشی را پوشش می‌دهد، در حالی‌که تلویزیون با ساختارهای متعدد برنامه‌سازی عرصه بیشتری برای ظهور و بروز دارد.

مهم‌ترین عوامل موفقیت رسانه ملی در جذب مخاطب در دوره مدیریت جدید سازمان



اقدامات مهم رسانه ملی برای افزایش جذب مخاطبان در دوره تحولی

تولید برنامه‌های ترکیبی با حضور تماشاچیان در داخل استودیو

کنار گذاشتن رویکرد انفعالی و تقویت تعامل با مخاطب در اکثر برنامه‌ها

اجرای مسابقه تلفنی و پیامکی

برگزاری پویش‌های متعدد

نظرخواهی از مخاطب با پیامک به برنامه

ویژندها

«برمودا» از شبکه نسیم

ویژگی‌ها:

- ✓ گفت‌وگو با چهره‌های شناخته‌شده و پرداختن به زاویایی کمتر پرداخته‌شده از زندگی و کار آنان
- ✓ سؤال از حاشیه‌های مطرح درمورد زندگی مهمانان و شفاف‌سازی از سوی آنان



«مهمانی» از شبکه نسیم

ویژگی‌ها:

- ✓ جذب مخاطب با سوق دادن یک برنامه نمایش خانگی به سمت تلویزیون و بخش آن
- ✓ امتداد و موضوع‌بندی برنامه در فضای مجازی



«سرزمین شعر» از شبکه چهار

ویژگی‌ها:

- ✓ اولین مسابقه شعر و ادبیات با حضور استادان و فرهیختگان عرصه شعر و ادب فارسی ایران و کشورهای فارسی‌زبان همسایه



«چهارگاه» از شبکه چهار

ویژگی‌ها:

- ✓ حضور ادیبان و شاعران ایرانی و بومی مناطق مختلف کشور در برنامه
- ✓ دعوت از خوانندگان محلی شهرهای مختلف



«محفل» از شبکه سه

۹۱٪ رضایت مخاطب
۱۷٫۵٪ بیننده تلویزیون



۴۵۸/۵۵۵۵/۵۵۵۵
تعداد بازنده در تلویزیون

ویژگی‌ها:

- ✓ دعوت از افراد شناخته‌شده و به تصویر کشیدن ابعاد کمتر دیده شده از زندگی آنان
- ✓ انعکاس تأثیر خانواده در موفقیت قاریان
- ✓ بازتاب نقش پررنگ مادر خانواده در تربیت فرزندان قرآنی



«زندگی پس از زندگی» از شبکه چهار

۸۹٫۷٪ رضایت مخاطب
۱۷٫۹٪ بیننده تلویزیون



۳۷۸/۵۵۵۵/۵۵۵۵
تعداد بازنده در تلویزیون

ویژگی‌ها:

- ✓ بررسی زوایای جدیدی از تجربه مرگ با سؤالات متعدد و چندوجهی مجری برنامه
- ✓ به تصویر کشیدن بستر و محیط زندگی تجربه‌کننده مرگ و فراهم کردن امکان هم‌ذات‌پنداری برای مخاطب

ماهیت

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره ۷۰

استقبال مردمی، رمز موفقیت رسانه ملی

۲۴

بسترسازی رسانه ملی برای «مهار تورم و رشد تولید»



«گفت‌وگوی اقتصادی» از رادیو گفت‌وگو

مقدمه



نام‌گذاری‌های اقتصادی سال‌های گذشته توسط رهبر معظم انقلاب، منظومه راهبردی ایشان برای پیشرفت کشور محسوب می‌شود. در دهه گذشته حوزه‌های اقتصاد و تولید پررنگ‌تر از دیگر عرصه‌ها شعار سال را به خود اختصاص داده‌اند که این رویکرد از اهمیت کلیدواژه تولید در نگاه و اندیشه رهبری برای برون‌رفت از مشکلات کشور حکایت می‌کند. یکی از وظایف خطیر و اساسی رسانه نیز تبیین درست مسائل و بیان واقعیت‌ها و اقدامات مثبت است که راه را به مردم نشان می‌دهد و امید را در دل آنان زنده و تقویت می‌کند. رسانه ملی نیز با ترویج مسئله تولید، کار و اشتغال این مهم را در کشور به گفتمان غالب بدل کرده است. تصویر این تحول اکنون در دورترین روستاهای کشور نمایان شده و خانواده‌ها دست به تأسیس تولیدی‌های کوچک در حوزه‌های کشاورزی، دامداری، صنایع دستی و... زده‌اند و چرخ تولید را در کشور به گردش درآورده‌اند که این تحول در نگاه و عملکرد اقشار مختلف مردم نسبت به تولید و اشتغال را بی‌شک می‌توان مرهون فرهنگ‌سازی رسانه ملی دانست که با تولید برنامه‌های مختلف این امر مهم را نهادینه و به رشد اقتصادی و توسعه کشور کمک بزرگ و شایانی کرده است. همچنین نگاه جامع به ابعاد پیشرفت و طراحی مسیرهای مضمون‌سازی رسانه‌ای، گفتمان درک جایگاه کشور در مسیر پیشرفت، روایت شاكرانه پیشرفت‌های محقق‌شده و تصویرسازی از پیشرفت‌های مطلوب و مطالبه‌گری بر اساس آن از ضرورت‌های اصلی رسانه ملی در دوره کنونی است. در ادامه برخی از برنامه‌هایی را که رسانه ملی در سال ۱۴۰۲ درباره این موضوع تولید کرده، به اطلاع مخاطبان می‌رسانیم.

الف) سیاست‌ها و راهبردهای رسانه‌ای برای تبیین و اجرای شعار «مهار تورم و رشد تولید»^۱

افزایش اعتماد به نفس ملی به منظور تولید مؤثر کالاها و ارائه خدمات ایرانی

۴	۳	۲	۱
معرفی ظرفیت‌های تولید و تحول اقتصادی در کشور	ارتقای جایگاه جمهوری اسلامی ایران در مقایسه با فرهنگ منحن غرب	ترسیم چشم‌اندازهای موفقیت در سیاست داخلی و خارجی	اثبات کارآمدی رهنمودهای رهبر معظم انقلاب

بالا بردن سواد اقتصادی

۴	۳	۲	۱
داشتن تداوم و برنامه‌ریزی دقیق در سازندگی اقتصادی	انسجام و همدلی مردم با یکدیگر مردم با مسئولان و مسئولان با یکدیگر در مقابله با تهدیدها	بالا رفتن فرهنگ همکاری و مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی	هم‌افزایی فناوری‌های علمی و تولیدات بومی
۸	۷	۶	۵
آموزش مهارت‌های سواد مالی در خانواده	معرفی و بالا بردن شأن اجتماعی مشاغل مهارتی	فرهنگ‌سازی ویژه برای حمایت از کالای ایرانی	مشارکت دادن مردم در تولید و فراهم کردن زمینه‌های لازم

هشدار نسبت به تعلل‌ها و امید به اصلاح توأمان

۴	۳	۲	۱
نمایش نمونه‌های موفق مردمی در زمینه تولید و صادرات کالا	بازنمایی نمونه‌های عینی خودباوری خوداتکایی و خطرپذیری در فعالیت‌های اقتصادی	تأکید بر این مسئله که مشکلات اقتصادی مخصوص ما نیست و گرفتاری‌های اقتصادی در سایر کشورهای دنیا وجود دارد	در کنار هم دیدن تلخی‌ها و شیرینی‌های اقتصادی و محاسبه مجموع آن‌ها با هم

فرهنگ‌سازی و مطالبه ایفای نقش صحیح در حمایت از کالای ایرانی

۴	۳	۲	۱
مقایسه تولیدات مرغوب داخلی با نمونه‌های مشابه بی‌کیفیت خارجی	دوری از پیش‌فرض‌های غلط در بازاریابی از مصرف کالای داخلی	تلاش برای تولید و مصرف صحیح به عنوان تکلیف اعضای جامعه اسلامی	تمرکز بر فعالیت‌های جهادی جوانان انقلابی، مؤمن پرتلاش و مبتکر
۶	۵		
شیوه‌های مصرف صحیح انرژی و حفاظت از منابع طبیعی	توصیه‌های دینی درباره قناعت، ساده‌زیستی و دوری از تجمل‌گرایی		

۱. برگرفته از کتابچه «نقشه طراحی محتوا: مهار تورم و رشد تولید»، تهیه‌شده در اداره کل مهندسی و مدیریت پیام مرکز طرح، برنامه و بودجه سازمان صداوسیما.

ب) بایدها و نبایدهای برنامه سازی

بایدها

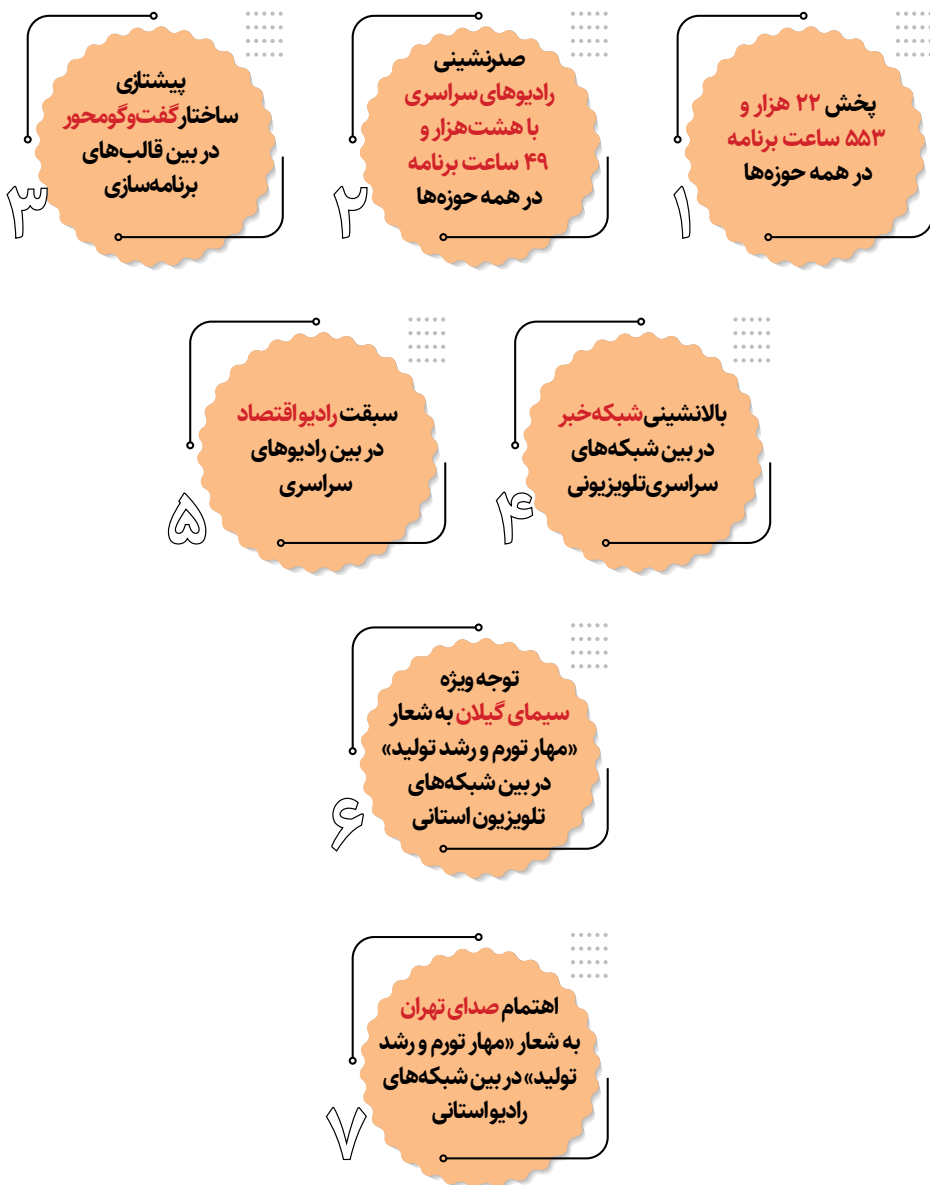
- * در برنامه ها به ابعاد و آثار اهتمام به اقتصاد دانش بنیان به عنوان یکی از مؤلفه های اثربخش در اقتصاد مقاومتی به صورت همه جانبه توجه شود.
- * در برنامه ها مشارکت آحاد مردم و به ویژه دانشگاهیان در اقتصاد دانش بنیان ترویج شود.
- * در برنامه ها بر اهمیت و لزوم توجه به اقتصاد دانش بنیان به منظور تولید ثروت و ایجاد رفاه در جامعه تأکید شود.
- * الگوهای معتبر و تجربه های موفق از اقتصاد دانش بنیان در ایران و جهان به شکل مطلوب ارائه شود.
- * برنامه های ویژه اقتصاد دانش بنیان باید عاری از ترویج و تبلیغ مدل های غربی و متعارض با نظام مالی و اصول نظام اسلامی باشد.
- * تمامی برنامه های مرتبط با اقتصاد دانش بنیان باید در راستای سند چشم انداز و قانون برنامه ششم توسعه باشد.
- * جریان سازی های رسانه ای هم راستا با فعالیت های اقتصادی دولت باشد.
- * فرصت و زمان کافی برای تبیین الزامات اقتصاد دانش بنیان در اختیار مسئولان، فعالان اقتصادی و فرهیختگان دانشگاهی قرار گیرد.
- * اهمیت مقوله اقتصاد دانش بنیان به گونه ای است که باید در شبکه های رادیویی و تلویزیونی متناسب با مخاطبان و هویت هر شبکه به آن پرداخت.
- * به نحو مطلوب برنامه هایی از تولیدات استان های کشور به ویژه تولیدات روستایی و اقوام ایرانی تهیه و پخش شود.
- * نظرات، پیشنهادات، راهکارها و شیوه های سازنده آحاد مردم درباره چگونگی تحقق تولید، اشتغال زایی و کارآفرینی منعکس شود.
- * شبکه های استانی و محلی متناسب با شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به موضوع «تولید و اشتغال» بپردازند.
- * از هرگونه تحقیر و تضعیف تولیدات و کالاهای تولید داخل در برنامه ها پرهیز شود.
- * در آگهی های بازرگانی برای تبلیغ و معرفی کالاهای داخلی امتیاز و تسهیلات داده شود.
- * از ظرفیت برخی ساختارها مانند: مسابقه، نماهنگ، پویانمایی، نمایش طنز و... که برای عامه مردم جذابیت دارد، برای برجسته سازی تولید، اشتغال زایی و کارآفرینی به نحو مطلوب بهره برداری شود.
- * در ویژه برنامه های تولید، اشتغال زایی و کارآفرینی علاوه بر اطلاع رسانی بر تبیین، تحلیل و انعکاس اقدامات و فعالیت های اجرایی دستگاه ها و نهادها تأکید بیشتری شود.
- * تا جای ممکن سعی شود موضوع «تولید و اشتغال» در رسانه ملی براساس ساختار و مأموریت شبکه ها در اولویت قرار گیرد.
- * ظرفیت ها و توانمندی های مادی و نیروی انسانی کشور در برنامه های مختلف رسانه به نحو مطلوب انعکاس یابد.
- * درباره تولید، اشتغال زایی و کارآفرینی روی حوزه ها و مناطق کمتر توسعه یافته تأکید شود.
- * توازن برنامه های مشابه در ساختار، قالب و سبک در طول هفته و ساعت های مختلف شبانه روز در حوزه صدا، سیما، استان ها، برون مرزی و خبر رعایت شود.
- * تولیدکنندگان باید همواره با اهمیت تر از توزیع کنندگان نشان داده شوند.
- * بر اهمیت و لزوم تلاش مؤثر اقتصادی برای تولید ثروت تأکید شود.

- * موانع و مشکلات پیش روی تولیدکنندگان داخلی بررسی و راهکارهای لازم برای برطرف کردن این معضلات مطرح شود.
- * معرفی تلاش و فعالیت در حوزه کسب و کار به جهت خدمت به مردم، «عبادت برای خدا» معرفی شود.
- * آثار و برکات رونق و توسعه فضای کسب و کار از دیدگاه آموزه های قرآنی و اقتصاد اسلامی بیان شود.
- * از بیانات رهبر معظم انقلاب و فرمایشات امام راحل^(ع) در حوزه کسب و کار و مشارکت های مردمی به طور مرتب و در قالب های گوناگون استفاده شود.
- * در دعوت از مهمانان، کارشناسان و چهره های اقتصادی بر خبره و متناسب بودن آنان با برنامه مورد نظر از حیث غنای محتوایی تأکید شود.
- * در تولید و پخش برنامه های نمایشی به مؤلفه شوق آفرینی در حوزه کسب و کار توجه شود.
- * ضمن ارزش آفرینی برای کار و اشتغال، به تقبیح بیکاری و به بطالت گذراندن اوقات در برنامه های مختلف توجه شود.
- * در آگهی های بازرگانی به رونق فضای کسب و کار توجه شود.
- * اقتصاد روستا و عشایر و تولیدات اقوام گوناگون کشور معرفی شود.
- * شغل ها و پیشه ها به صورت خلاقانه و دقیق معرفی شود.

نابدها

- * توانایی ها و تولیدات علمی داخلی و بومی به هیچ عنوان تضعیف نشود.
- * به بهانه حمایت از اقتصاد دانش بنیان داخلی به بهره گیری از دانش و فناوری های نوین شرکت های خارجی حمله وارد نشود.
- * انتظار می رود در پرداختن به مؤلفه های اقتصاد دانش بنیان باتوجه به ریسک آن، از بالا بردن سطح توقع جامعه پرهیز شود.
- * از هرگونه پرداختن غیر واقعی به اقتصاد دانش بنیان خودداری شود.
- * تا جای ممکن از تبلیغ کالاهای خارجی دارای مشابه داخلی پرهیز شود.
- * از طرح مکرر و مبالغه آمیز مشکلات اقتصادی جامعه که فضای یأس و ناامیدی ایجاد می کند، به شدت پرهیز شود.
- * در تبیین موضوعاتی مانند: «تولید»، «اشتغال زایی» و «کار آفرینی» تا جای ممکن از استفاده مکرر و هم زمان کارشناسان در برنامه ها و شبکه های مختلف اجتناب شود.
- * در برنامه های گفت و گو محور، از اظهار نظرهای غیر کارشناسی که متضمن پیام های حاشیه ای، غیر مستند و سطحی درباره تولید و اشتغال است، پرهیز شود.
- * باتوجه به زمان بر بودن افزایش تولید و اشتغال در کشور، از بیان هرگونه مطالبه فوری و غیر قابل تحقق پرهیز شود.
- * از ارائه آمار و اطلاعات اقتصادی بدون سند متقن به شدت پرهیز شود.
- * پیام ها نباید با بزرگ نمایی کمبودها، ضعف ها و نارسایی ها موجب کاهش انگیزه کار، تلاش و سازندگی در مخاطبان به ویژه جوانان شود.
- * کالای داخلی، کار کارشناسی و روش های اقتصاد داخلی نباید در مقابل موارد مشابه خارجی تضعیف شود.
- * ضمن تأکید بر ایجاد رونق در فضای کسب و کار از سیاه نمایی وضع موجود به شکلی که تأثیر منفی بر مخاطب بگذارد، پرهیز شود.
- * انواع پیام های اقتصادی و مباحث کارشناسی نباید با بزرگ نمایی کمبودها و ضعف های بازار کسب و کار موجب تضعیف اقتصاد کشور شود.
- * ارائه مدل های رونق بخش اقتصاد و فضای کسب و کار، مروج روش های غربی و غیر اسلامی نباشد.

ج) عملکرد رسانه ملی با محوریت شعار «مهار تورم و رشد تولید» در یک نگاه



د) محورهای مورد توجه برنامه سازان



ه) مهم‌ترین برنامه‌ها



شبکه یک



«ایران امروز»

موضوع: بیان دستاوردها و پیشرفت‌های انقلاب اسلامی در زمینه‌های مختلف علمی.



«مردم دوست داشتنی»

موضوع: بیان تلاش‌های تلاشگران حوزه‌های علمی، کشاورزی، اقتصادی و... در راه خودکفایی کشور.



«سیمای خانواده»

موضوع: پیگیری مبحث کارآفرینی و دعوت از کارآفرینان رشته‌های مختلف در قسمت‌های متعدد برنامه.

ماه تپش

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره: ۷۰

خلاصه شعار
سال ۱۴۰۲



«کارا»

موضوع: بیان تلاش‌های کارآفرینان، تولیدکنندگان و کارگران نمونه کشور در زمینه‌های گوناگون.



«بلندای همت»

موضوع: کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینان در شهرهای مختلف کشور در قالب مستندهای گزارشی.



«قهرمانان معمولی»

موضوع: تلاش‌های بانوی کارآفرین در یکی از روستاهای خراسان جنوبی در قالب مستند گزارشی.





شبکه دو



«تازه شو»

موضوع: تشریح زوایای مختلف کارآفرینی و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان و تولیدکنندگان.



«صبحانه ایرانی»

موضوع: طرح مباحث حوزه کارآفرینی.



«واحه»

شبکه سه

موضوع: فعالیت گروه‌های جهادی در روستای «قائن» خراسان جنوبی.

ماه تپش

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره: ۷۰

خلاصه شعار
سال ۱۴۰۲



«بی‌سیم»

شبکه‌نسیم

موضوع: بیان تفاوت کسب‌وکارهای آنلاین و سنتی و تشریح قوانین مشاغل آنلاین.



«من می‌توانم»

شبکه آموزش

موضوع: تبیین تلاش‌های کارآفرینان حوزه‌های مختلف در قالب مستند گزارشی.



«باشگاه امید»

شبکه امید

موضوع: بررسی دغدغه‌های نوجوانان، گفت‌وگو با کارآفرینان و ارائه الگو برای نوجوانان.





شبکه افق



«نسل سوم»

موضوع: الگوسازی از نخبگان نسل جدید و شرح تلاش آنان برای پیشرفت کشور.



«اولین‌ها»

موضوع: بیان دستاوردهای دانشمندان ایرانی در قالب موشن گرافیک.



«فناورانه»

موضوع: معرفی شرکت‌های دانش‌بنیان و محصولات آن‌ها در قالب مستند.

ماه تپش

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره: ۷۰

خلاصه شعار
سال ۱۴۰۲

۳۵

«عیار»

موضوع: بررسی تورم، عوامل و راهکارهای کنترل آن در قسمت‌هایی از برنامه.



«فرامتن»

موضوع: بررسی اقدامات و برنامه‌های دولت سیزدهم برای حمایت از جامعه کارگری در قسمت‌هایی از برنامه.



صدای سراسری

«به زندگی سلام کن»

رادیوسلامت

موضوع: طرح الگوهای کارآفرینی و تشریح تلاش‌های دولت برای افزایش تولید و پویایی اقتصادی.





رادیو ایران



«نمودار»

موضوع: بررسی نقش دولت در حمایت از تولید و اشتغال و تشریح نقش تعاونی‌ها در کارآفرینی.



«جهان‌سیاست»

موضوع: پیگیری برنامه‌ریزی دستگاه‌های دولتی برای رشد تولید و مهار تورم.



«خاص باشید»

موضوع: معرفی کارآفرینان موفق ایرانی و بازگو کردن رازهای موفقیت آنان برای مخاطب.

ماه تیر

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره: ۷۰

خلاصه شعار
سال ۱۴۰۲

۳۷



«آن روی سکه»

موضوع: بررسی راهکارهای مهار تورم، رفع موانع تولید، چگونگی کمک به رشد تولید داخلی و



«نبض پیشرفت»

موضوع: واکاوی حمایت دولت از تولید داخلی، کسب و کار ایرانی و رشد صنایع.



«روزی نو»

موضوع: طرح مباحث مرتبط با مهار تورم و رشد تولید، نقش مالیات در هدایت نقدینگی به سمت تولید و مشکلات تولید در کشور.





رادیواقتصاد



«بزرگراه»

موضوع: معرفی الگوهای کارآفرینی و شرکت‌های دانش‌بنیان در قسمت‌هایی از برنامه.



«روی خط اقتصاد»

موضوع: بیان جدیدترین دستاوردهای علمی، زیستی و تکنولوژی.



«به احترام ایران»

رادیومعارف

موضوع: بیان راهکارهای حمایت از کالای ایرانی، مهار تورم و رشد تولید و

ماه تپش

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره: ۷۰

خلاصه شعار
سال ۱۴۰۲

۳۹



«ساعت بیست و چهار و یک دقیقه»

موضوع: بررسی نقش نخبگان اقتصادی در مهار تورم و رشد تولید و آثار روانی و میدانی اعلام شعار سال.



«گفت‌وگوی اقتصادی»

موضوع: بررسی راهکارهای مهار تورم و رشد تولید و نقش و رسالت بخش خصوصی در تحقق آن.



«بازتاب»

رادیو فرهنگ

موضوع: بررسی مشکلات موجود در راه تولید، ایجاد اشتغال و مهار تورم.





«جوان‌آپ»

رادیو جوان

موضوع: بیان اطلاعات کاربردی در زمینه ثبت اختراع و ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان.



«بانوی ایرانی»

رادیو صبا

موضوع: معرفی زنان کارآفرین و موفق ایرانی در حوزه‌های مختلف کارآفرینی و اشتغال.



سیما و صدای استان‌ها

«اقتصادیمیز» (اقتصادما)

سیمای اردبیل

موضوع: معرفی کارآفرینان و تلاشگران استان اردبیل در حوزه‌های مختلف به‌خصوص مشاغل خانگی.

«خودساخته‌ها»

سیمای البرز

موضوع: پرداختن به زندگی کارآفرینان تلاشگر استان البرز برای ارائه الگو به جوانان در قالب مستند گزارشی.



«ساخت ایران»

سیمای اصفهان

موضوع: معرفی کارآفرینان استان اصفهان و تشریح راهکارهای رونق کسب و کار و تولید.



«کارآفرینان جوان»

سیمای تهران

موضوع: پرداختن به تلاش‌های کارآفرینان جوان حوزه‌های مختلف تولید.



«کارآفرینان»

سیمای تهران و مازندران

موضوع: پرداختن به تلاش‌های کارآفرینان جوان و صاحب ایده با هدف الگوگیری جوانان.



«فرصت»

سیمای خراسان جنوبی

موضوع: معرفی کارآفرینان استان خراسان جنوبی.



«سلام آبادی»

سیمای خراسان شمالی

موضوع: معرفی روستاهای استان خراسان شمالی و کسب‌وکارهای موجود در آن‌ها.



«گفتمان هفته»

سیمای سمنان

موضوع: بررسی الزامات تحقق شعار سال ۱۴۰۲ و احیای واحدهای راکد صنعتی و دانش بنیان.



«در مسیر پیشرفت»

سیمای قم

موضوع: بررسی راهکارهای کاهش تورم و افزایش تولید ملی، تشریح مشکلات جامعه کارگری و ...



«رودررو»

سیمای کرمانشاه

موضوع: بیان مشکلات و موانع مهار تورم و افزایش تولید در کشور.





«مثبت آینده»

سیمای همدان

موضوع: بیان دستاوردهای کارآفرینان و نخبگان استان همدان.



«گفتگوی خبری»

سیمای خوزستان

طرح ابعاد گوناگون مهار تورم، هدایت بودجه به سمت بخش مولد و افزایش تولید و ...



«بر بلندای همت»

صدای تهران

موضوع: تبیین راههای کارآفرینی و گفتوگو با کارآفرینان برتر حوزههای اقتصادی.



«گفتگوی ویژه خبری»

شبکه خبر



تاریخ: ۱۴۰۲/۰۱/۰۲

موضوع

مهار تورم با حمایت و تقویت تولید.

کارشناسان

حامد عباسی، معصومه طاهرخانی، علی رهجو و محسن فیضی، کارشناسان اقتصادی، و محسن زنگنه، نایب رئیس کمیسیون برنامه و بودجه مجلس.



تاریخ: ۱۴۰۲/۰۱/۰۱

موضوع

راهکارهای مهار تورم و رشد تولید.

کارشناسان

حسین درودیان و یاسر مرادی، کارشناسان اقتصادی، و محمدرضا پورابراهیمی، رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس.



تاریخ: ۱۴۰۲/۰۱/۰۴

موضوع

راهکارهای کوتاه و بلندمدت مهار تورم.

کارشناسان

محمدرضا نجبرفلاح، علی سعدوندی و محمدشیری جیان، کارشناسان مسائل اقتصادی، پولی و بانکی، و سیدعلی روحانی، معاون اقتصادی مرکز پژوهش‌های مجلس.



تاریخ: ۱۴۰۲/۰۱/۰۳

موضوع

تحقق مهار تورم و رشد تولید با دلارزدایی از اقتصاد کشور

کارشناسان

ساسان شاه‌ویسی، استاد دانشگاه تهران، و حسین عطاءاللهی و وحید شقاقی، کارشناسان مسائل اقتصادی.

ماه تیر ۱۴۰۳

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره ۷۰

خلاصه شعار
سال ۱۴۰۲

۱۳۹



«گفتگوی ویژه خبری»

شبکه خبر



تاریخ: ۱۴۰۲/۰۱/۱۵

موضوع

راه‌های تحقق رشد تولید و موانع آن

کارشناسان

محمد مهدی برادران، معاون صنایع وزیر صمت،
علی محمد رفیعی، مدیرعامل هلدینگ هپکو، و مصطفی
رجبی مشهدی، سخنگوی صنعت برق.



تاریخ: ۱۴۰۲/۰۱/۱۰

موضوع

نقش صدور برخط مجوزها در افزایش مشارکت مردم

کارشناسان

سید شمس‌الدین حسینی، رئیس کمیسیون تلفیق
بودجه مجلس، و امیر سیاح، رئیس مرکز بهبود
فضای کسب و کار وزارت صمت.

«صف اول»

شبکه خبر



تاریخ: ۱۴۰۲/۰۱/۱۵

موضوع

قوانین و اقدامات مجلس برای جهش تولید در کشور،
راهکارهای مبارزه با تورم و...

کارشناسان

میر سامان پیشوایی، رئیس سازمان ملی بهره‌وری.



تاریخ: ۱۴۰۲/۰۱/۲۱

موضوع

برنامه‌های بانک مرکزی برای مهار تورم، بازار ارز و ناترازی
بانک‌ها.

کارشناسان

محمد رضا فرزین، رئیس کل بانک مرکزی.

ماه تپش

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره: ۷۰

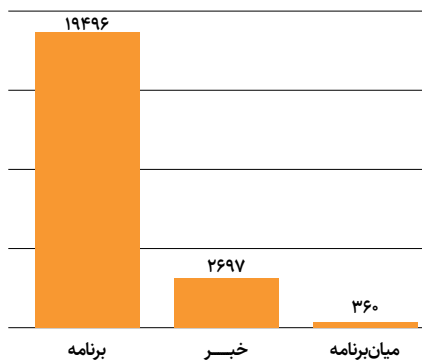
خلاصه شعار
سال ۱۴۰۲

۳۷

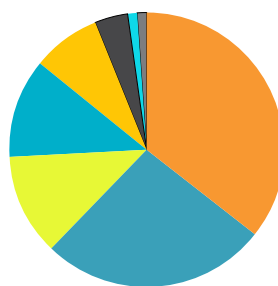
و) عملکرد آماری حوزه‌های برنامه‌ساز سازمان با موضوع «مهار تورم و رشد تولید»

جدول عملکرد پخش حوزه‌های برنامه‌ساز رسانه ملی

ردیف	نوع پخش	شبکه	مدت (دقیقه:ساعت)
۱	سراسری	رادیویی	۸۰۴۹:۱۱
		تلویزیونی	۲۶۲۸:۳۴
۲	استانی	رادیویی	۲۷۱۰:۵۶
		تلویزیونی	۵۹۵۲:۲۹
۳	برون مرزی	رادیویی	۲۳۴:۲۹
		تلویزیونی	۲۸۰:۵۲
۴	بخش‌های خبری	رادیویی	۸۵۸:۰۶
		تلویزیونی	۱۸۳۸:۴۵
جمع			۲۲۵۵۳:۲۲

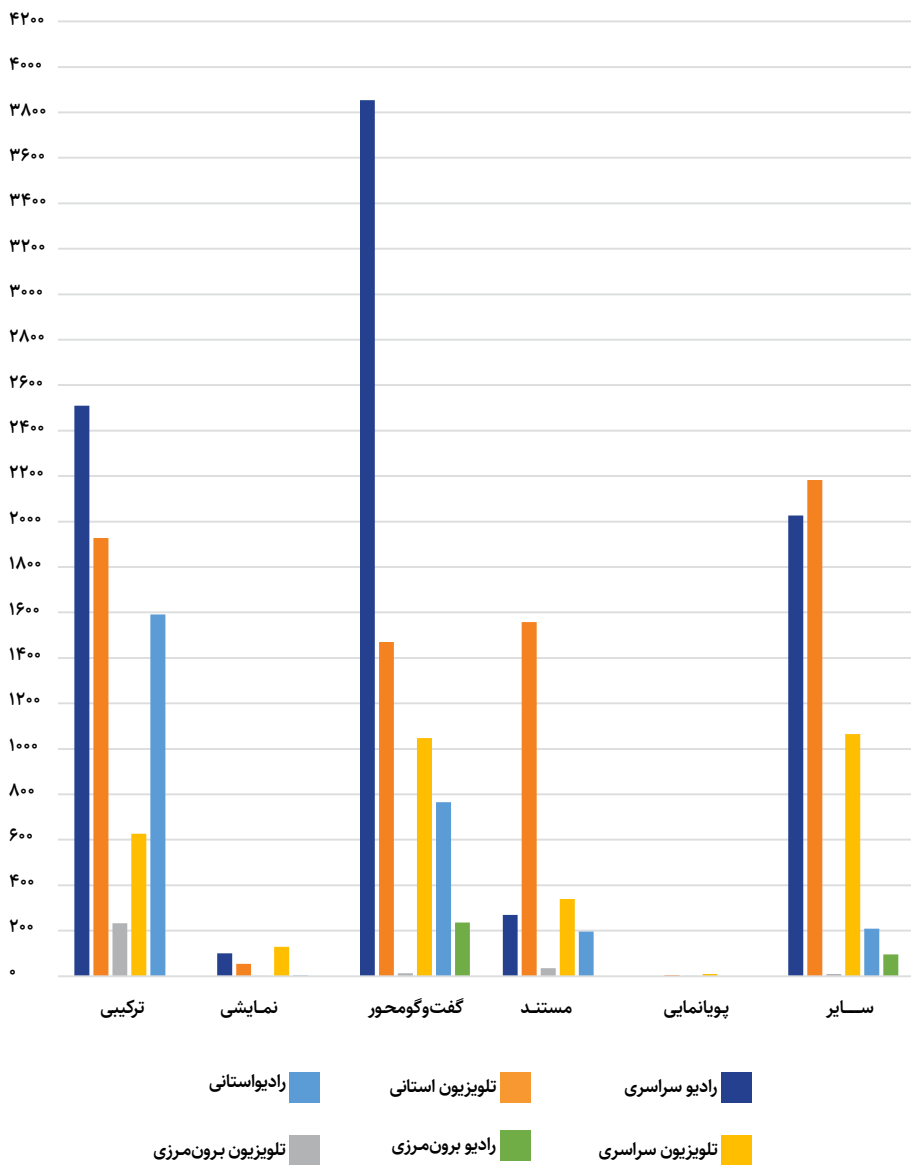


نمودار شماره ۲: عملکرد پخش
به تفکیک (دقیقه:ساعت)

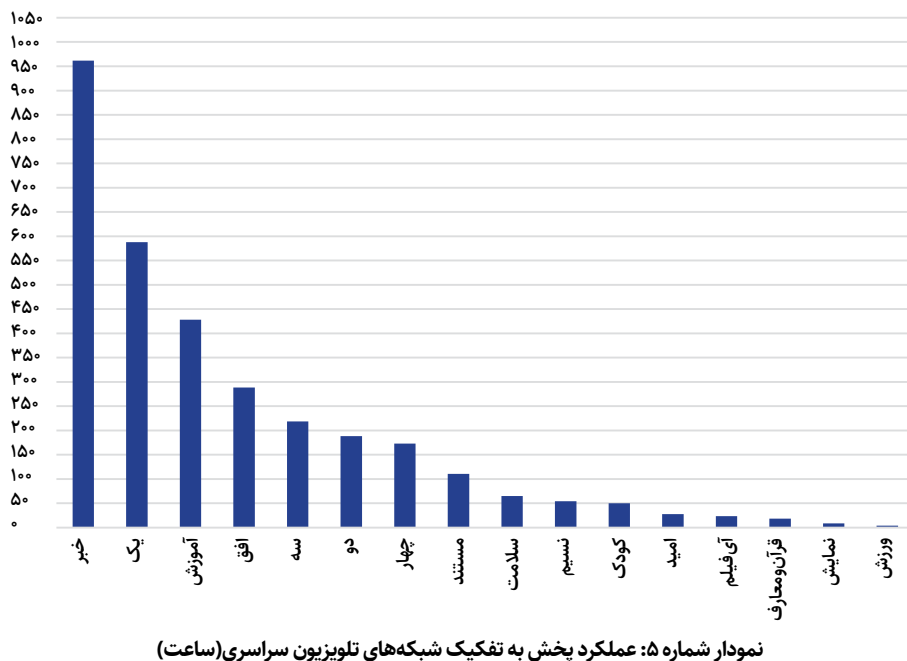
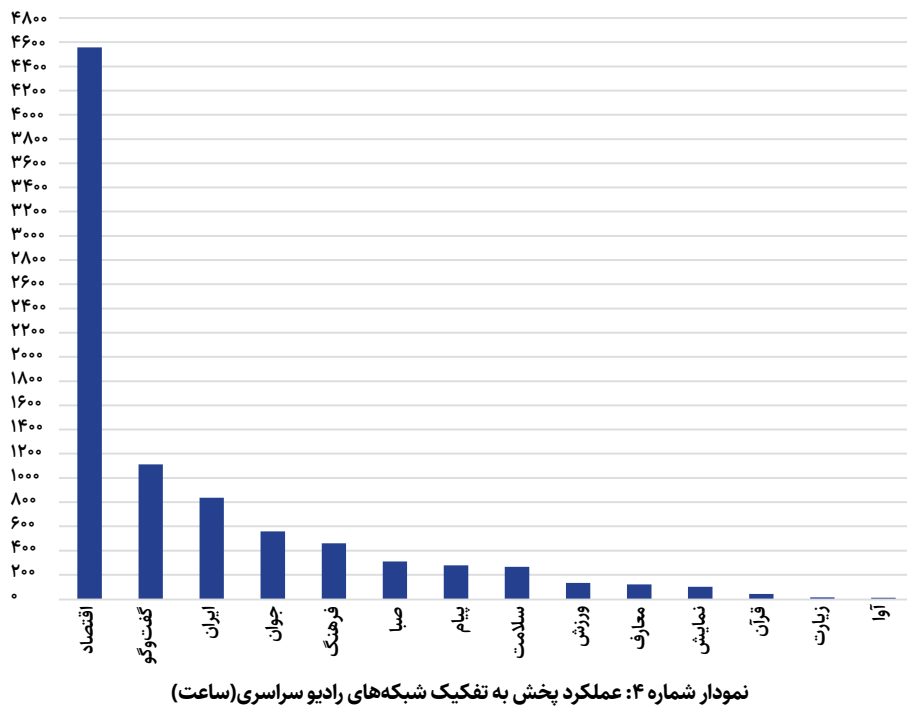


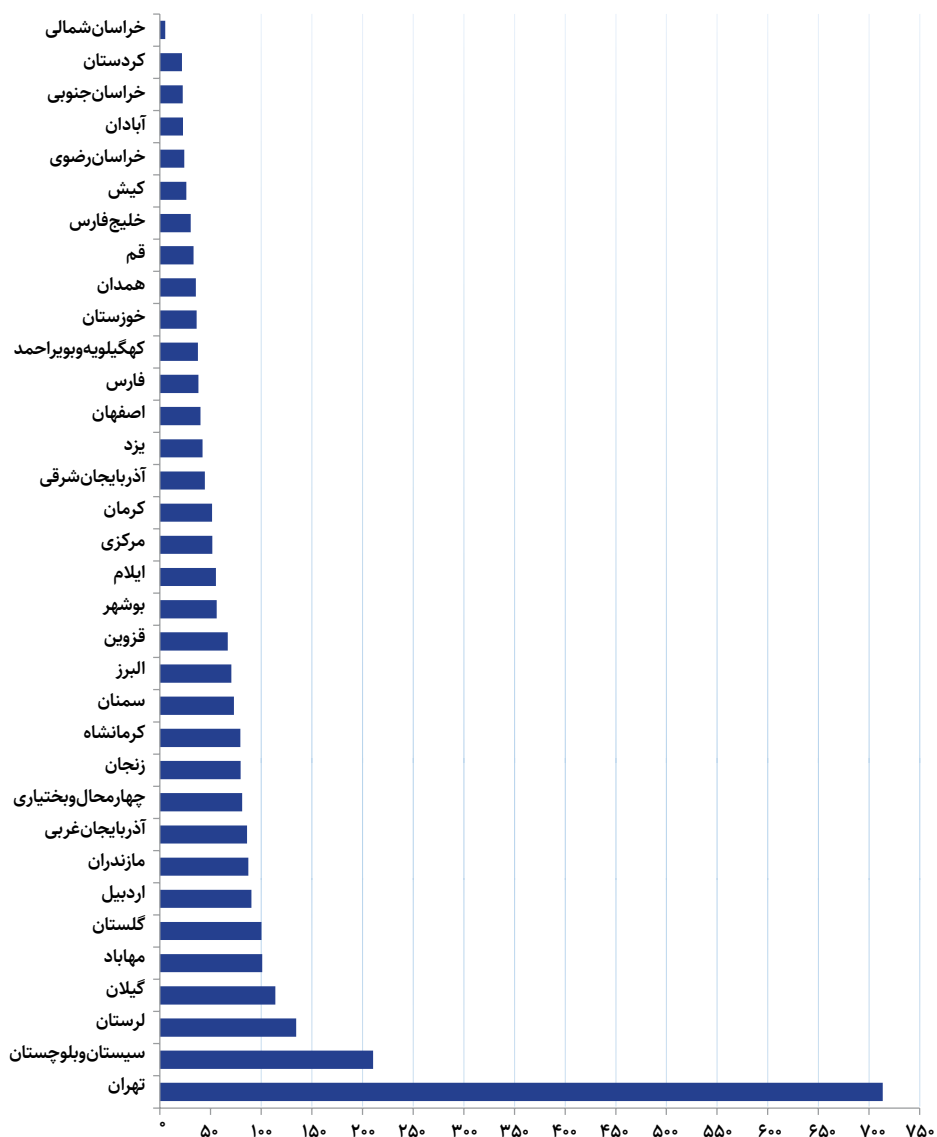
۳۵/۷٪	رادیو سراسری	۸٪	خبر تلویزیونی
۲۶/۴٪	تلویزیون استانی	۳/۸٪	خبر رادیویی
۱۲٪	تلویزیون سراسری	۱/۲٪	تلویزیون برون مرزی
۱۱/۷٪	رادیو استانی	۱٪	رادیو برون مرزی

نمودار شماره ۱: عملکرد پخش حوزه‌های
برنامه‌ساز رسانه ملی

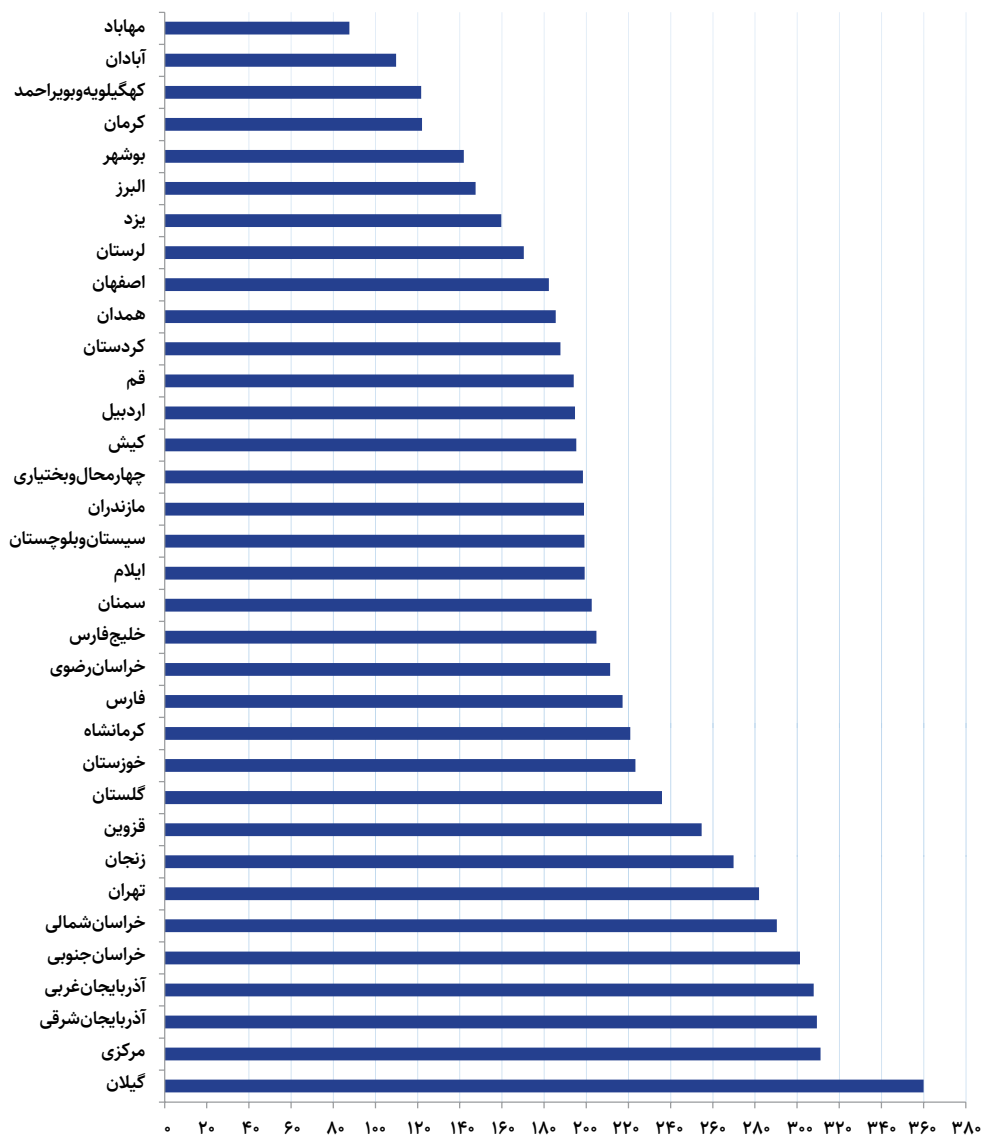


نمودار شماره ۳: عملکرد پخش به تفکیک ساختار (ساعت)

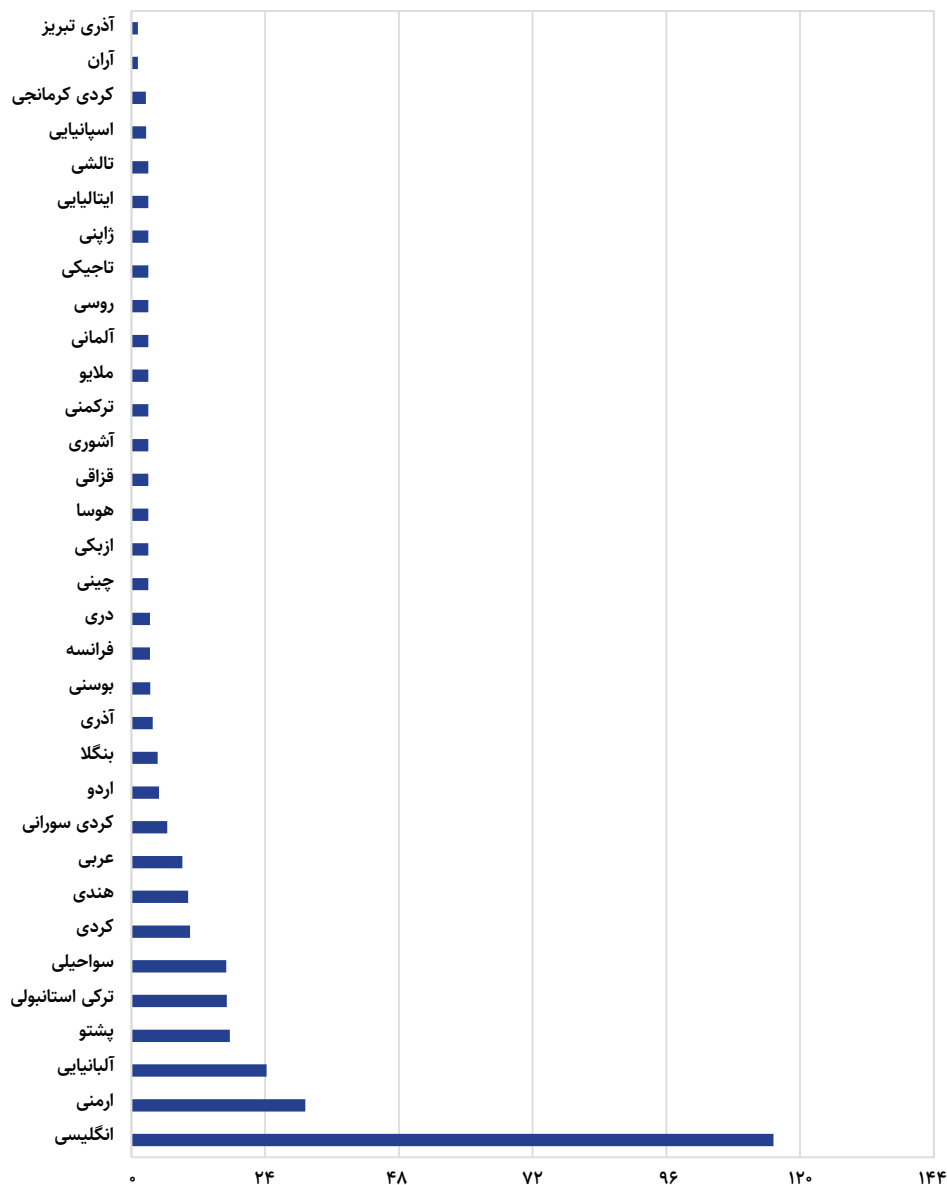




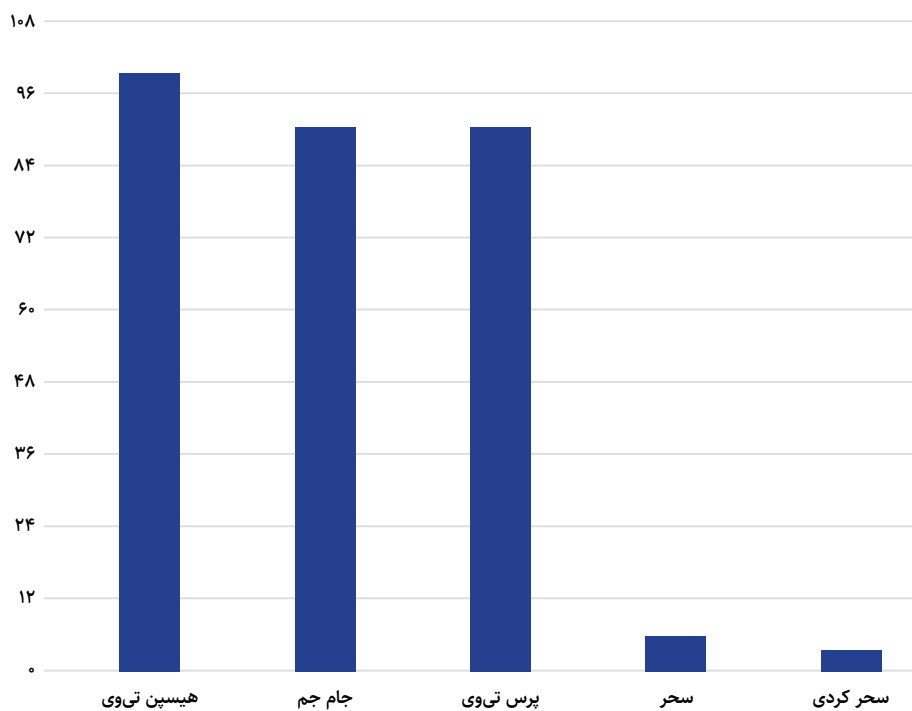
نمودار شماره ۶: میزان پخش شبکه‌های رادیو استانی (ساعت)



نمودار شماره ۷: میزان پخش شبکه‌های تلویزیونی استانی (ساعت)



نمودار شماره ۸: میزان پخش شبکه‌های رادیو برون مرزی (ساعت)



نمودار شماره ۹: میزان پخش شبکه‌های تلویزیون برون مرزی (ساعت)

تحلیل سریال‌های نوری



«هفت سر اژدها» از شبکه سه

مقدمه



رسانه‌های جمعی در دوران معاصر در تلاش و رقابت بر سر انتقال معانی و گفتمان خود به مخاطبان هستند و طبیعی است که در این مسیر از ابزارها، تکنیک‌ها و قالب‌های متنوع برای جذابیت‌بخشیدن به محتوای تولیدی خود بهره بگیرند. مجموعه‌های تلویزیونی یکی از این قالب‌ها هستند که در تولیدات رسانه‌های کنونی جایگاهی ویژه دارند.

از سوی دیگر، مناسبت‌های ملی و مذهبی از مهم‌ترین بازه‌های زمانی هستند که مجال و فرصت مناسبی در اختیار رسانه ملی قرار می‌دهند تا متناسب با حال‌وهوای خاص این ایام و با اتکال به شناخت مخاطبان و نیازهای آنان، برنامه‌هایی با اهداف مختلف تهیه و پخش کند.

امسال همگام‌شدن بهار طبیعت با بهار قرآن، فرصتی برای رسانه ملی بود تا نقشی فعال در پرکردن اوقات فراغت مخاطبان و فراهم‌کردن ساعت‌هایی خوش برای آحاد جامعه داشته باشد. به همین منظور شبکه‌های سیما تلاش کردند تا با نمایش مجموعه‌های دیدنی، سهم عمده‌ای در تحقق این هدف داشته باشند و با نمایش سریال‌های متنوع در ساعت‌های مختلف و از شبکه‌های متعدد، مخاطبان را با طیف متنوعی از برنامه‌ها و موضوعات همراه کنند.

باید گفت توجه به مؤلفه‌ها و عناصری همچون: «ژانر»، «جذابیت»، «باورپذیر بودن شخصیت‌ها»، «ضرب‌آهنگ وقوع حوادث» و «موسیقی» می‌تواند در بالا بردن رضایت مخاطبان سریال‌ها و روی آوردن به آن‌ها مؤثر باشد. همچنین توجه به ذائقه کلی مخاطبان ایرانی و ژانرهای «کمدی و طنز» و «درام‌های اجتماعی» با مضامین خانوادگی نیز در محبوب‌شدن و موفقیت مجموعه‌های نمایشی تأثیر به‌سزایی دارد. علاوه بر این، رسانه ملی در راستای عملیاتی‌کردن سند تحول براساس منویات رهبر انقلاب اقدام به فعال کردن «نهضت فصل دوم‌سازی» کرد و با درایت و هوشمندی توانست در این مسیر قدم‌های موفق‌تری چون تولید سریال‌های کمدی دنباله‌دار مانند: «زیرخاکی ۴» و «نون خ ۵» بردارد. ازجمله اقدامات متفاوت رسانه ملی در نوروز امسال نیز می‌توان به تولید اثری در ژانر ماورایی و درام ترسناک به نام «رستگاری» اشاره کرد که محتوای کتاب «سیاحت غرب» حسن نجفی قوچانی را به‌شکل تصویری با حضور بسیاری از بازیگران از شبکه دو روایت و جای خالی آثار ماورایی را که در این سال‌ها مغفول مانده بود، با برخی کاستی‌ها سبز کرد. نقطه عطف نوروز و رمضان امسال را هم می‌توان مجموعه «هفت سر اژدها» دانست که می‌شد پس از اتمام ماه مبارک رمضان پخش آن را شروع کرد، اما سیاست‌گذاران رسانه ملی تصمیم گرفتند پخش این سریال در ماه مبارک آغاز شود و ادامه یابد تا مخاطبان با سوژه‌های کلان اختلاس، روابط مافیایی قدرت و... همراه با اطلاعات واقعی برگرفته از پرونده‌های قوه قضائیه همراه شوند. در ادامه این سریال‌ها را برای مخاطبان علاقه‌مند مرور و بررسی می‌کنیم.



نون خ ۵



زیرخاکی ۴



هفت سر اژدها



رستگاری



«زیرخاکی ۴»

شبکه یک

نویسنده	جلیل سامان	کارگردان	جلیل سامان	تهیه کننده	رضا نصیری نیا
ساعت پخش	۲۲:۱۵	تعداد قسمت	۱۶	مدت زمان	۴۵ دقیقه

بازیگران

پژمان جمشیدی، ژاله صامتی، گیتی قاسمی، سیاوش چراغی پور، بهراد خرازی، کوروش سلیمانی، رایان سرلک و...

● ● ● سری چهارم مجموعه تلویزیونی «زیرخاکی» به دلیل استقبال بینندگان در بهار ۱۴۰۳ مهمان خانه‌های مخاطبان شد. این فصل از سریال این گونه آغاز شد: فریبرز در مقابل همسایه‌ها نقش بازی کرد که عمه‌اش فوت و تمام ارث و میراث خود را به کاوه یعنی پسرش واگذار کرده، ولی درواقع او همراه همسرش به روستا می‌روند و پی گنج می‌گردند. اهالی روستا نیز فریبرز و پریچهر را بر سر مزار عمه‌اش می‌برند، اما فریبرز آن‌جا متوجه می‌شود که قبر اشتباه است و روستا را کاملاً اشتباه آمده‌اند. از طرفی مردم روستا می‌خواهند مراسم عروسی یکی از اهالی را برگزار کنند و از فریبرز می‌خواهند پیکان خود را به آنان بدهد تا ماشین عروس کنند، اما فریبرز می‌خواهد هرچه سریع‌تر از آن‌جا برود و...

نکاتی که درباره این سریال به نظر می‌رسد عبارتند از:

- ❖ بازی روان و باکیفیت بازیگران؛
- ❖ دیالوگ‌های روان، طنزانه، ملموس و خودمانی؛
- ❖ خلق طنزهای موقعیتی جالب و خنده‌دار توسط فریبرز، پریچهر و کشور خانم؛
- ❖ تبحر کارگردان در گرفتن بازی خوب از بازیگران؛
- ❖ حفظ جذابیت سریال برای مخاطب در این فصل؛
- ❖ طراحی صحنه خوب و آشناسدن مخاطبان با نحوه لباس پوشیدن، منش و رفتار مردم آن زمان؛
- ❖ نمایش روابط عاطفی و بی‌تکلف بازیگران نقش‌های فریبرز و پریچهر به عنوان نقطه قوت سریال و نکته فراموش شده میان همسران سریال‌های امروزی؛
- ❖ بهره‌مندی سریال از تیتراژ ابتدایی و انتهای و موسیقی مناسب و قابل قبول؛
- ❖ پایان‌بندی خوب و به موقع.



«نون خ»

شبکه یک

نویسنده	امیر وفايي	کارگردان	سعید آقاخانی	تهیه‌کننده	مهدی فرجی
ساعت پخش	۲۲:۱۵	تعداد قسمت	۲۵	مدت زمان	۵۰ دقیقه

بازیگران

سعید آقاخانی، حمیدرضا آذرنگ، سیروس میمنت، کاظم نوربخش، مجید یاسر، پاشا جمالی، ندا قاسمی، هدیه بازوند، صهبا شرافتی و...

● ● ● سریال «نون خ» که فرهنگ و آداب و رسوم قوم گُرد را در چهار فصل معرفی کرد، فروردین امسال نیز با سوزهای جدید مهمان خانه‌های دوستدارانش بود. داستان این فصل این‌گونه آغاز شد: اهالی روستا در حال رفتن به کرمان برای فروش فرش‌های خود بودند و شیرین و سلمان هم با اتوبوس دیگری به ماه عسل رفتند. وقتی مردم بین راه متوجه شدند که آنان تازه‌عروس و داماد هستند، شیرینی طلب کردند و وقتی اتوبوس بین راه نکه داشت، سلمان برای مردم در شات‌های اسپرسو آش خرید. در همین حین اتوبوس مردم روستا را در همان استراحتگاه نکه داشت و دو گروه همدیگر را دیدند. مهیار و خلیل نیز در حال انتقال یک شاهین دست‌آموز نزد خریدار بودند که تصادف کردند و مهیار برای این‌که پلیس متوجه اقدام غیرقانونی آنان نشود، پرنده را آزاد کرد. شاهین هم به توقفگاه رفت و مردم روستا آن را پیدا کردند و

نکاتی که درباره این سریال به نظر می‌رسد عبارتند از:

- ❖ اثری دلنشین و لطیف در راستای معرفی فرهنگ، آداب و رسوم و خلق و خوی قوم گُرد و بلوچ؛
- ❖ بازنمایی برخی قومیت‌های کمتر پرداخته‌شده به آن‌ها؛ مثل گُرد و بلوچ و نشان دادن سادگی، صمیمیت و همدلی آنان؛
- ❖ اولین اثر جاده‌ای و بدون لوکیشن مشخص و سختی دوچندان فعالیت تیم تولید و کارگردانی؛
- ❖ محیط زیست، میراث فرهنگی، مسائل قومیت‌ها و اتحاد آن‌ها، محور توجه این فصل از سریال؛
- ❖ پرداخت به طبیعت و لوکیشن‌های زیبای جنوب کشور از جمله: چابهار، سیستان و بلوچستان و کرمان؛
- ❖ تشویق و ترغیب مخاطبان برای سفر به استان سیستان و بلوچستان و کمک به رونق گردشگری؛
- ❖ استفاده از بازیگران بومی مناطق مختلف کشور؛ از جمله مناطق کردنشین و سیستان و بلوچستان؛
- ❖ احترام به قومیت‌ها و فرهنگ آن‌ها، دغدغه اصلی سریال.



«رستگاری»

شبکه دو

نویسنده	حسن وارسته	کارگردان	مسعود ده‌نمکی	تهیه‌کننده	مسعود ده‌نمکی
ساعت پخش	۲۱:۰۰	تعداد قسمت	۳۱	مدت زمان	۴۵ دقیقه

بازیگران

محمود پاک‌نیت، مهدی سلوکی، پویا امینی‌خواه، نفیسه روشن، حمیدرضا هدایتی، علیرضا استادی، رامین راستاد، رامبد شکرآبی و...

● ● ● حافظ یک کارخانه‌دار و به‌دنبال افزایش مال و اموال خود است و برای بالا بردن تولید محصولاتش اقدام به عمیق‌تر کردن غیرمجاز چاه آب در باغی می‌کند که سال‌ها قبل زیر قیمت از فردی خریده است. رئوف که پدر داماد وی نیز است و سال‌ها کارهای تأسیساتی کارخانه و خانه حافظ را انجام می‌داده، با عمیق‌تر کردن این چاه به‌شکل غیرقانونی مخالفت می‌کند، اما با اصرار حافظ به این کار، حین عمیق‌تر کردن چاه داخل آن سقوط و فوت می‌کند. حافظ در خواب می‌بیند که در برزخ در عذاب است و پدرش را می‌بیند که شرایط خوبی دارد و در باغی مستقر است و به او می‌گوید فرصت کمی دارد و باید توشه خود را ببندد و درگیر دنیا و وابستگی‌هایش نشود. رئوف هم به نظر می‌آید فرد خوب و باخدایی باشد، اما فرشته مرگ به شکل وحشتناکی سراغ او می‌رود و ...

نکاتی که درباره این سریال به نظر می‌رسد عبارتند از:

- ۴ تیتراژ ابتدایی سریال با مضمون و محتوای تأثیرگذار و متفاوت؛
- ۴ بهره‌مندی سریال از جلوه‌های ویژه کامپیوتری جدید؛
- ۴ پرداختن به مسائل دینی مانند: حق‌الناس و اهمیت آن و مسائل اجتماعی همچون: اعتیاد، دخالت بزرگ‌ترها در ازدواج جوانان و...؛
- ۴ مناسب بودن زمان پخش سریال و هم‌زمانی آن با ایام ماه مبارک رمضان؛
- ۴ درج محدودیت ۱۳+ در سریال به نشانه بالابودن بار ترس و تعلیق سکانس‌های ماورایی همراه با موسیقی رعب‌آور، به‌عنوان نکته‌ای منفی؛
- ۴ استفاده مجدد از شخصیت‌های همیشگی آثار ده‌نمکی همچون: روحانی متدین، بسیجی آگاه و دانشجوی فریب‌خورده در سریال؛
- ۴ استفاده بسیار از دیالوگ‌های شعاری توسط نقش مثبت سریال، عامل دلزدگی و بی‌حوصلگی مخاطب؛
- ۴ سوژه خوب، اما فیلم‌نامه و کارگردانی ضعیف.



«هفت سر اژدها»

شبکه سه

نویسنده	ابوالقاسم طالبی	کارگردان	ابوالقاسم طالبی	تهیه‌کننده	ابوالقاسم طالبی
ساعت پخش	۱۸:۴۷	تعداد قسمت	۸۰	مدت زمان	۵۰ دقیقه

بازیگران

حمید صفت، مجید واشقانی، جعفر دهقان، محمدرضا رهبری، حمید گودرزی، بهار محمدپور، قطب‌الدین صادقی، سروش طاهری و ...

● ● ● «هفت سر اژدها» یک آقازاده با نام متین سلطان‌خواه و چند تن از مفسدان اقتصادی بانفوذ جامعه را به تصویر کشید. سریال این‌طور آغاز شد: محمدطاها بر اثر مصرف مواد مخدر در مهمانی یکی از آقازاده‌ها در بیمارستان بستری می‌شود. وی پسر قاضی رضایی است که او را فریب داده و به مهمانی می‌برند. در ادامه سریال می‌بینیم که پدر نیکو متوجه می‌شود که همسرش مینا به مرجان پول داده است که محمدطاها رضایی، پسر قاضی، را معتاد کند تا بتواند از او آمار بگیرد، اما در ادامه سریال رازی‌هایی برپا می‌شود که جذابیت‌آفرینی سریال را بالا می‌برد.

نکاتی که درباره این سریال به نظر می‌رسد عبارتند از:

- روایتگری رو به دوربین بازیگر نقش راننده و آشپز مخصوص مفسد اقتصادی، به‌عنوان ایده‌ای نو؛
- استفاده از حمید صفت و شاهین فرهنگ به‌عنوان خواننده رپ و روان‌شناس، عامل باورپذیری بیشتر نقش‌هایشان؛
- انتخاب مفاسد اقتصادی به‌عنوان موضوع روز و جنجالی جامعه؛
- ارائه اطلاعات جدید و شنیده‌نشده درباره مفاسد، رانت‌های اقتصادی براساس پژوهش در پرونده‌های واقعی؛
- پرکشش بودن داستان با وجود فیلم‌نامه و کارگردانی متوسط؛
- انتخاب بازیگر مناسب برای نقش متین سلطان‌خواه و بازی خوب اقرب، زن جوان آجودان سلطان‌خواه؛
- کارشناسی‌نشدن و پراشکال بودن سکانس‌های پلیسی از نظر فرم و محتوا به گفته کارشناسان نیروی انتظامی؛
- سؤال برانگیز و مبهم بودن برخی از سکانس‌ها به لحاظ رعایت نکردن حجاب بازیگران زن؛
- استفاده از دیالوگ‌های شعارگونه و لوژ شده در برخی سکانس‌ها؛
- استفاده از الفاظ زشت و ناپسند نسبت به پرستاران در سکانس‌های سریال، به‌عنوان نکته‌ای منفی؛
- خروج سارق از خانه قاضی رضایی با لباسی غیرمتعارف، عامل غیرباورپذیر بودن سکانس؛
- استفاده حداکثری از نویزبازیگران؛
- ره‌اشدن برخی از سرخ‌ها بدون دلیل، از منظر مخاطب؛
- تناسب موسیقی تیتراژ ابتدا و انتهای سریال با موضوع اثر و قابل قبول بودن آن برای مخاطب.

ماه تپش

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره ۷۰

تحلیل سریال‌های
نوروزی



خبرهای شاخص



مقدمه



رسانه ملی برای بررسی و پیگیری مستمر و زنجیروار موضوعات و مسائل مختلف تا حصول نتیجه و افزایش و گسترش عناصر و مراکز تولید محتوای رسانه‌ای رو به آرمان و نه صرفاً تحت ضابطه در داخل و خارج سازمان راهبردها و سیاست‌های هدفمند و قابل ارزیابی دارد که این مهم با دیدارهای مستمر رئیس سازمان با حوزه‌های معارفی، سیاسی، فرهنگی، رسانه‌ای و هم‌افزایی با دستگاه‌های حاکمیتی، انتصاب مدیران متخصص و متعهد و... میسر می‌شود. در این نشریه هر ماه تلاش می‌شود مهم‌ترین دیدارهای رئیس رسانه ملی و برترین اقدامات سازمان که مبتنی بر سند تحول در حوزه‌های مختلف صورت گرفته، منعکس شود. همچنین انعکاس توفیقات و پیشرفت‌های حوزه‌های برنامه‌ساز از جمله بخش‌های خبرهای شاخص است که برای اطلاع‌رسانی جامع ذکر می‌شود.

استمرار دیدارهای ریاست سازمان در راستای تقویت نقش قرارگاهی رسانه ملی



حضور رئیس رسانه ملی در جلسه هیئت دولت

● ● ● دکتر پیمان جبلی در حاشیه جلسه هیئت دولت و در پاسخ به پرسش خبرنگاران، به رشد امیدبخش هشت درصدی مخاطبان برنامه‌های نوروزی رسانه ملی در هفته نخست سال در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته اشاره کرد و گفت: در کنار مقدار مشاهده برنامه‌ها از تلویزیون که آمار آن از سوی مرکز تحقیقات صداوسیما اعلام می‌شود، باز نشر و مشاهده برنامه‌های رسانه ملی در فضای مجازی را نیز باید در نظر گرفت.

(روابط عمومی)



حضور رئیس رسانه ملی در آیین تجلیل از برنامه‌سازان نوروز و ماه مبارک رمضان

● ● ● دکتر پیمان جبلی با اشاره به این که رسانه ملی در مدتی کوتاه دو مرتبه مورد تقدیر و تحسین رهبری قرار گرفت، گفت: رسانه ملی دو رویداد را با سربلندی رقم زد: نخست اقدام بی‌سابقه در راه‌اندازی ۲۰۰ کانال انتخاباتی و دوم ویژه‌برنامه‌های ایام نوروز و رمضان که تلاش کردیم در تراز رسانه محبوب مردم، ایفای نقش کنیم و در نتیجه آن، رسانه ملی هم مورد توجه مردم و هم مورد عنایت رهبر معظم انقلاب قرار گرفت.

(خبرگزاری صداوسیما)

ماه خرداد

فروردین ۱۴۰۳

سال هفتم | شماره ۷۰۵

خبرهای شاخص



دیدار صمیمانه رئیس رسانه ملی با جمعی از هنرمندان

● ● ● دکتر پیمان جلیلی در دیدار با هنرمندان، آنان را صاحبان سازمان صداوسیما و یاری رسان خلق دوران جدیدی از تحول در رسانه ملی دانست و با اشاره به برنامه‌ریزی و تلاش گسترده برای تقویت مرجعیت صداوسیما گفت: تمرکزمان به‌طور جدی بر حوزه سرگرمی و تولیدات نمایشی است و تنوع‌بخشی به محتوای تولیدات را نیز مدنظر داریم.

(خبرگزاری صداوسیما)



دیدار صمیمانه رئیس رسانه ملی با جمعی از شاعران و نویسندگان

● ● ● رئیس رسانه ملی در دیدار با جمعی از شاعران و نویسندگان کشور توجه به اعتلای فرهنگ و ادبیات غنی ایران اسلامی را در زمره اولویتهای برنامه‌های تحولی دوره جدید صداوسیما برشمرد. در این دیدار صمیمانه که در مجتمع ملاصدرای سازمان صداوسیما برگزار شد، مهمانان شعر خواندند و دیدگاه‌های خود را درباره موضوعات و دغدغه‌های مشترک با رئیس سازمان صداوسیما در میان گذاشتند.

(روابط عمومی)



بازدید رئیس رسانه ملی از پشت صحنه برنامه «پناه»

● ● ● رئیس رسانه ملی با حضور در حرم مطهر امام رضا(ع) از پشت صحنه ویژه برنامه افطارهای شبکه دو بازدید کرد و در جریان روند اجرایی این برنامه ماه رمضان قرار گرفت. گفتنی است، برنامه «پناه» با اجرای مصطفی امامی هر غروب ماه مبارک رمضان با موضوع «مهر امام رضا(ع) برای همه» از حرم مطهر این امام همام به صورت زنده تقدیم نگاه مخاطبان شد.

(روابط عمومی)

تحول در رسانه با انتصابات جدید

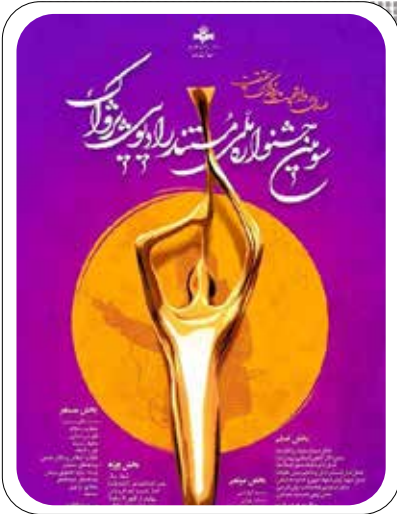


انتصاب شاهید مظفری به سمت رئیس مرکز طرح، برنامه و بودجه رسانه ملی

● ● ● دکتر پیمان جبلی در حکمی شاهید مظفری را به عنوان رئیس مرکز طرح، برنامه و بودجه سازمان صداوسیما منصوب کرد و اجرای اهداف ذیل را خواستار شد: برنامه ریزی دقیق و عملیاتی جهت تحقق سند تحول رسانه ملی به عنوان میثاق مشترک سازمانی در دوره تحول، نظارت هوشمندانه بر اجرای برنامه های راهبردی و عملیات هماهنگ و هم افزای مالی و محتوایی، برنامه ریزی جهت تقویت بودجه و بنیه مالی سازمان با بهره گیری از ظرفیت های برون سازمانی و با هدف تحقق تکالیف قانونی دستگاه ها در قبال رسانه ملی و

(روابط عمومی)

امیدآفرینی از طریق انعکاس توفیقات و پیشرفت‌ها



برگزاری سومین دوره جشنواره رادیویی «پژواک» و تقدیر از برگزیدگان

● ● ● سومین جشنواره ملی مستند رادیویی «پژواک» با هدف شناسایی و معرفی برترین آثار مستند رادیویی در سطح ملی و ایجاد رقابت سازنده میان مستندسازان و همچنین کشف و رشد استعدادها و برنامه‌سازی که با رویکردی خلاق و نوآورانه بر امیدآفرینی و نشاط اجتماعی، عدالت‌خواهی، تقویت روحیه همدلی و احساس هویت و انسجام ملی و توجه به سبک زندگی و هنر اسلامی - ایرانی تأکید دارند، برگزار شد. گفتنی است، این جشنواره برگزیدگانی از رادیو اترک، رادیو فرهنگ و... داشت.

(روابط عمومی)

قردانی مسئولان از رسانه ملی به سبب جریان‌سازی و روایت برتر



قردانی رهبر معظم انقلاب از رسانه ملی برای برنامه «محفل»

● ● ● رهبر انقلاب در ۱۹ فروردین و در دیدار با دانشجویان فرمودند: رواج قرآن در ماه رمضان امسال خیلی خرسندکننده بود. برنامه تلویزیونی «محفل»، «زندگی با آیه‌ها»، جشن بزرگ قرآنی در ورزشگاه آزادی و تنوع و گستردگی جزءخوانی‌های قرآن مهم‌ترین اتفاقاتی بود که رمضان امسال را تبدیل یک سال متفاوت و درخشان در حوزه قرآن کریم کرد. ایشان همچنین در خطبه‌های نماز عید سعید فطر از عملکرد رسانه ملی در ایام ماه مبارک رمضان، به‌دلیل پرداختن مناسب به قرآن و محافل قرآنی اعلام رضایت کردند.

(روابط عمومی)

سایر قدردانی‌ها



داوود طالقانی

نویسنده کتاب «سلبریتی ایرانی»

● ● ● «محفل» توانسته در جهت آگاهی بخشی دینی و اهمیت دادن به معنویت قرآنی بسیار موفق عمل کند.

جهاندار امیری

کارشناس رسانه و عضو هیئت علمی دانشگاه صداوسیما

● ● ● «محفل» بهترین برنامه مناسبتی رسانه ملی در ماه مبارک رمضان بود.

احمد پهلوانیان

مدیرکل صداوسیمای فارس

● ● ● تا آن‌جا که به یاد دارم، از نیمه دهه ۱۳۷۰ بین اهل اندیشه رسانه این دغدغه مطرح بود که چه لوازم فرمی، ساختاری و مفهومی نیاز است تا مجالس و مناسک دینی به جان برنامه تلویزیونی بنشینند و صرفاً ضبط و پخش نباشد. بحث‌های علمی، خروجی ملموسی نداشت و به نظرم برنامه «محفل» تجسم عینی، درخشان و موفق آن دغدغه است.

عبدالله ابوالحسن

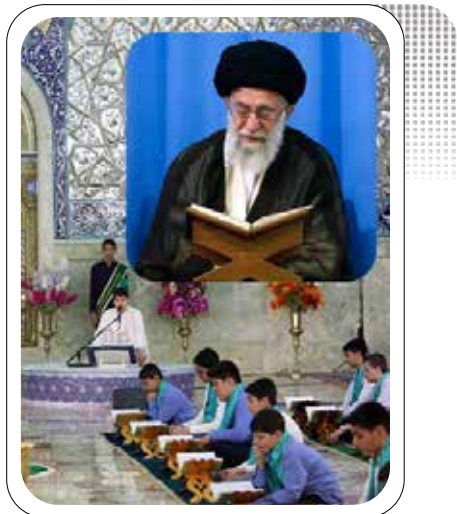
قاری کویته

● ● ● برنامه «محفل» حتی برای کسانی که علاقه‌مند به قرآن کریم نبودند هم بسیار زیبا و جذاب بود و تأثیر بسیاری در جذب مخاطب برای قرآن داشت.

تحسین برنامه تلاوت قاریان نوجوان از سوی رهبر معظم انقلاب

● ● ● برنامه تلاوت روزانه یک جزء از قرآن کریم توسط قاریان نوجوان که با حضور بیش از ۲۰۰ دانش‌آموز از مدارس متوسطه اول شهر مقدس قم در حرم مطهر حضرت معصومه (س) ضبط و هر روز از شبکه قرآن و معارف پخش شد، مورد عنایت و توجه رهبر معظم انقلاب قرار گرفت. ایشان ضمن تقدیر از برگزارکننده این جلسه قرآنی، متولیان آستان مقدس حضرت معصومه (س) و شبکه قرآن و معارف و با تحسین تلاوت‌های تجویدی و کامل این نوجوانان فرمودند: مکرراً این برنامه را از رسانه ملی دیده‌ام. برگزاری آن، اقدامی عالی است. من جداً از این جلسه قرآنی لذت می‌برم و خیلی اوقات دلم نمی‌آید که برخیزم و بروم.

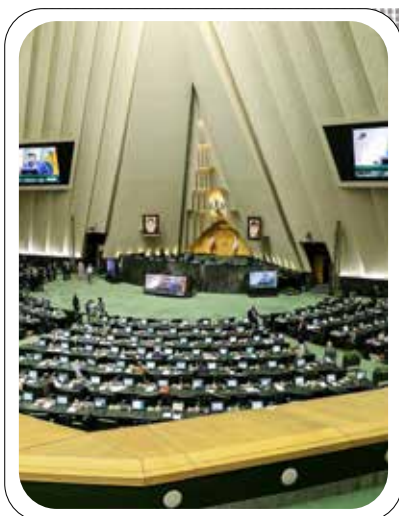
(روابط عمومی)





تقدیر دفتر رهبر معظم انقلاب از خلاقیت شبکه خوزستان برای تهیه و تولید مجموعه «آوای نور»

● ● ● دفتر رهبر معظم انقلاب از خلاقیت شبکه خوزستان در تهیه و تولید مجموعه «آوای نور» تقدیر و تشکر کرد. این مجموعه که از ابتدای سال ۱۴۰۱ در جدول پخش سیمای خوزستان قرار گرفت، حاوی قرائت قرآن توسط قاریان مشهور و برجسته استان خوزستان در اماکن و مناطق مختلف بود. (روابط عمومی)



قـدردانی ۲۲۰ نماینده مجلس از برنامه‌های نوروزی و قرآنی رسانه ملی

● ● ● نمایندگان مجلس شورای اسلامی با صدور بیانیه‌ای از تولید و پخش ویژه‌برنامه‌های نوروزی، قرآنی و انتخاباتی رسانه ملی تقدیر و تشکر کردند و مجتبی یوسفی، عضو هیئت رئیسه مجلس، در نشست علنی ۲۸ فروردین مجلس، این بیانیه نمایندگان را قرائت کرد. (خبرگزاری صداوسیما)



گزارش عملکرد سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران (فروردین ۱۴۰۳)



مرکز طرح، برنامه و بودجه
irmasir.ir



تهران، خیابان ولیعصر، خیابان جام جم
سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

فرهیخته گرامی:

با توجه به اهمیت نظرات شما در بهبود کیفی و کمی نشریه «ماه شیشه‌ای» خواهشمند است نسبت به تکمیل فرم نظرسنجی با اسکن کیوآرکد زیر اقدام فرمایید. بهره‌مندی از نظرات، پیشنهادات و انتقادات سازنده شما موجب مزید امتنان است و قطعاً به ما در ارتقای کیفیت نشریه کمک خواهد کرد. پیشاپیش از حسن همکاری شما سپاسگزاریم.

