

اعلام نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی از مخاطبان سیما در پاییز ۱۳۹۹

خانه امن؛ پربیننده‌ترین سریال پاییز ۹۹



براساس نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی از مخاطبان سیما در فصل پاییز۱۳۹۹ شبکه‌های سه سیما (۵۱/۱درصد)، یک سیما (۵۰/۸درصد) و خبر معاونت سیاسی (۴۶درصد) به ترتیب در رتبه‌های اول تا سوم پرمخاطب‌ترین شبکه‌های تلویزیونی قرار گرفتند و مشخص شد شبکه آموزش سیما با ۱۱/۸درصد، شبکه قرآن و معارف سیما با ۶/۶ درصد و شبکه یک سیما با ۷/۷درصد بیشترین رشد میزان مخاطب را نسبت به پاییز۱۳۹۸ داشته‌اند.

به گزارش روابط‌عمومی رسانه ملی، براساس این نظرسنجی ۷۷/۴درصد مردم در فصل پاییز بیننده برنامه‌های مختلف سیمای رسانه ملی بوده و به‌طور میانگین سه ساعت و ۳۰دقیقه پای برنامه‌های تلویزیون نشسته‌اند.

براساس نظرسنجی مرکز تحقیقات، میزان مخاطبان رسانه ملی در پاییز ۹۹ نسبت به پاییز۹۸ حدود ۱/۱درصد رشد داشته و حدود ۲۵/۱درصد از بینندگان در پاییز ۹۹ بیش از پنج ساعت در روز و ۲۱/۶درصد هم دو تا سه ساعت در روز پای برنامه‌های تلویزیون نشسته‌اند.
نتیجه نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی نشان می‌دهد در میان شبکه‌های مختلف سیما، میزان بیننده شبکه‌های سه (۵۱/۱درصد بیننده)، یک (۵۰/۸درصد بیننده)، شبکه خبر معاونت سیاسی با ۴۶درصد مخاطب و شبکه آی‌فلم معاونت برون مرزی با ۴۵/۶درصد مخاطب از دیگر شبکه‌ها بیشتر بوده است.

وقتی نظرسنجی مخاطبان سیما در پاییز ۹۹ را با نظرسنجی پاییز۹۸ مقایسه می‌کنیم مشخص می‌شود شبکه‌های آموزش، قرآن و معارف و یک بیشترین رشد مخاطب را در مقایسه با آمار پاییز سال‌گذشته از آن خود کرده‌اند.

براساس مقایسه نظرسنجی پاییز۱۳۹۹ با پاییز۱۳۹۸ شبکه‌های سه، نسیم، چهار سیما و ورزش بیشترین میزان افت مخاطب را تجربه کرده‌اند.

همچنین این نظرسنجی نشان می‌دهد ۲۳درصد بینندگان تلویزیون گفته‌اند اگر قرار باشد فقط یک شبکه را برای تماشای تلویزیون انتخاب کنند، آن شبکه شبکه سه خواهد بود؛ ۱۸/۶درصد هم شبکه آی‌فیلم و ۱۱/۷درصد هم شبکه یک را انتخاب می‌کنند.

طبق نظرسنجی مرکز تحقیقات صداوسیما در میان انواع مختلف برنامه‌ها، برنامه‌های نمایشی (فیلم‌های سینمایی و سریال‌ها) بیشتر از دیگر برنامه‌ها بیننده (۶۱/۸درصد) دارد و بعد از آن اخبار (با ۵۴/۴درصد بیننده) در رتبه بعدی قرار گرفته است.

«خانه امن» از شبکه یک، «نچلا» از شبکه سه و «زمین گرم» از شبکه سه در رتبه‌های اول تا سوم پربیننده‌ترین سریال‌های فصل پاییز۱۳۹۹ قرار گرفتند.

از نظر ۴۸/۳درصد مردم در فصل پاییز، تلویزیون محبوب‌ترین رسانه بوده و پس از آن اینترنت با ۲۳/۳درصد، شبکه‌های اجتماعی با ۱۱/۸درصد، رادیو ۶/۶درصد و روزنامه و مجلات با حدود ۲/۵درصد در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

مرکز تحقیقات صداوسیما همچنین در این نظرسنجی به این نتیجه رسیده که پاییز امسال ۳۲/۹درصد مردم برای دیدن تلویزیون از سیستم اچ‌دی استفاده کرده‌اند و طبق نتایج به‌دست‌آمده، ۶۵/۳درصد از استفاده‌کنندگان از کیفیت پخش اچ‌دی در حد زیاد رضایت دارند.

زندگی طیب حاج‌رضایی سریال می‌شود

نگارش طرح اولیه سریال «زنگی» به نویسندگی مجید آسودگان و تهیه‌کنندگی محمدرضا شفیعی به پایان رسید. به گزارش جام‌جم، نگارش سیناپس اولیه فیلمنامه سریال «زنگی» به تهیه‌کنندگی محمدرضا شفیعی و نویسندگی مجید آسودگان با محوریت پرداخت به زندگی طیب حاج‌رضایی به پایان رسید.



حفظ و تحکیم بنیان خانواده مهم‌ترین رویکرد ویژه برنامه افطار شبکه یک با عنوان «دعوت» است. برنامه‌ای به تهیه‌کنندگی مجتبی کشاورز که چند سال است در شب‌های ماه مبارک رمضان از این شبکه پخش می‌شود و سال گذشته نیز عنوان پربیننده ترین برنامه را از آن خود کرد. این برنامه در ابتدا به‌عنوان جشن‌های مردمی تولید و پخش می‌شد اما دو سالی است که با حضور حجت الاسلام برمایی به‌عنوان کارشناس مذهبی و خانواده روی‌آنتن می‌رود و میزبان افرادی است که قصه‌های شنیدنی برای گفتن دارند و از تجربیات خود و فراز و فرودی که در زندگی پشت سر گذاشته‌اند، می‌گویند. گاهی شنیدن قصه زندگی شان کام بیننده را شیرین می‌کند و گاهی هم تلخ اما هر چه هست عین زندگی است و شنیدن تجربیات آنها می‌تواند در زندگی شخصی هر کدام از ما تأثیرگذار باشد. گرچه این برنامه در این مدت به واسطه حضور برخی مهمان‌ها درگیر حواشی هم شد، مثل حضور یک زوج دهه هشتادی که صاحب فرزند هم بودند اما این برنامه سال گذشته میزبان زوج سالمندی هم بود که ۷۰سال عاشقانه در کنار هم زندگی کردند. با این حال دعوت همچنان جزو برنامه‌های پرمخاطب ویژه افطار محسوب می‌شود. جام جم در یکی از شب‌های ماه مبارک به پشت صحنه این برنامه رفته و گزارشی از روند تولید آن داشته و با مجتبی کشاورز تهیه‌کننده، محیا اسناوندی سردبیر و حجت الاسلام برمایی کارشناس برنامه گفت وگو کرده که در ادامه می‌خوانید:



زینب علیپور طهرانی

رسانه

سالن ۴۱ نمایشگاه بین‌المللی تهران

یکی از اقداماتی که برخی تهیه‌کننده‌های ویژه برنامه‌های ماه رمضان انجام داده‌اند، این است که به دلیل کرونا ترجیح داده‌اند از فضای وسیع سوله‌های نمایشگاه بین‌المللی استفاده کرده و دکور برنامه‌های‌شان را در این مکان برپا کنند. برنامه دعوت هم از ابتدای ماه رمضان روی آنتن می‌رود. سوله بزرگی که از همان در ورودی می‌توان لوگوی برنامه را روی درو دیوارش به وضوح دید و شامل اتاق‌های بسیاری برای کارگردان، مجری، گرم و مهمان‌های برنامه است که روی دیوار همه اتاق‌ها هم لوگوی برنامه نصب شده است.

کنار دکور دعوت، دکور برنامه سحرگاهی این شبکه یعنی «ماه خدا» قرار دارد که مقابل آن طنابی کشیده شده که کسی وارد فضای دکور برنامه نشود. در این بین که بچه‌های صحنه و تصویربردارها و مدیر صحنه هر کدام مشغول به کار خود هستند، اسناوندی با مهمان‌ها در اتاقی در طبقه بالا کنار خودروی واحد سیار در حال صحبت درباره برنامه هستند. تلویزیونی که در این اتاق قرار دارد هم در حال پخش یکی از برنامه‌های شبکه یک است. مقابل دکور برنامه هم یک سری صندلی هست که همراهان مهمان‌ها در این مکان منتظر نشسته‌اند. دکور هم شامل چند صندلی و یک سری پله هست که برمایی در آغاز برنامه از روی این پله‌ها پایین می‌آید. یک لوستر هم



۲۱ ماه بعد از ازدواج

تیتراژ با صدای گرم حجت اشرف زاده شنیده می‌شود و سردبیر به همراه بی‌سیم‌ی که در دست دارد، آماده ارتباط با کارشناس برنامه می‌شود. برمایی همان‌طور که از پله‌ها پایین می‌آید پلاتوی ابتدای برنامه را هم می‌گوید. از LED که پشت تصویربردارها قرار دارد، گزیده‌ای از برنامه شب گذشته پخش می‌شود. همان برنامه‌ای که در آن زوج دهه هشتادی حاشیه ساز شدند. در این بین تهیه‌کننده و کارشناس برنامه آخرین هماهنگی‌ها را انجام می‌دهند. مدیر صحنه هم زمان باقی مانده به آنتن را اعلام می‌کند. مهمان‌ها در جای خود قرار گرفته و به محض این‌که آنتن به برنامه برمی‌گردد، برمایی با همان گشاده رویی و لیخندهی که هر شب در برنامه مقابل دوربین دارد، باب گفت و گو را با مهمان‌ها باز می‌کند. به دلیل بزرگداشت سعدی ابیاتی از این شاعر گرانقدر خوانده می‌شود و زوجی که مهمان برنامه هستند و از شهر گرگان آمده‌اند از قصه زندگی‌شان می‌گویند. از اتفاقی که ۲۱ماه بعد از ازدواج‌شان برای



تحقیقات پیرامون ساخت این سریال به همراه یک تیم پژوهشی از سال ۱۳۹۸ آغاز و در دو مقطع به‌صورت تاریخ شفاهی و مکتوب صورت گرفت و درنهایت پاییز۱۳۹۹ نگارش طرح این سریال آغاز و اسفند سال‌گذشته، سیناپس نهایی آن تحویل گروه فیلم و سریال شبکه سه سیما شد. این ملودرام اجتماعی که

در اوایل دهه ۴۰ در جنوب شهر تهران سپری می‌شود در بستر تاریخ به وقایع آخر زندگی طیب حاج‌رضایی و افراد تأثیرگذار در آن مقطع می‌پردازد و به‌زودی کارگردان این اثر که مجری طرح آن، موسسه فرهنگی-هنری وصف صباست نیز مشخص و معرفی خواهد شد.



گزارش پشت صحنه از ویژه برنامه افطار «دعوت» به همراه گفت و گو با تهیه‌کننده

قصه‌گویی پ

قصه‌شنیدن هنر است

حجت‌الاسلام محمد برمایی، کارشناس مذهبی و امور خانواده دو سالی است که اجرای دعوت را برعهده دارد. وی در گفت‌وگو با جام‌جم به ویژگی‌های این برنامه و تأثیرات آن اشاره می‌کند:

«**از تجربه اجرای این دو سال که در دعوت ماه رمضان شنونده**

قصه‌های تلخ و شیرین مردم هستید، بگویید؟

به نظر من قصه و روایتگری قصه‌ها و قصه‌گویی از زندگی مردم یک هنر است و استعداد قصه‌گویی و روایتگری را هم باید داشت و تقویت کرد. زندگی ما می‌تواند اقتباسی از قصه‌های زندگی مردم باشد. می‌توانیم تجربه‌اندیش باشیم. خردمندی آدم‌ها به تجربه‌اندیشی‌شان است. شاید یکی از خاصیت قصه‌ها و روایت زندگی دیگران در تاریخ هم همین بوده. برای من قصه‌گویی و روایتگری و حتی قصه شنیدن هم در نوع خود هنر است. یکی از دغدغه‌های شخصی من این بوده که یک قصه را چگونه روایت کنیم تا برای مخاطب برنامه جذاب باشد. یعنی با توجه به این‌که امروزه بازه زمانی توجه و تمرکز اولیه ما آدم‌ها به یک قصه و یک موضوع بسیار محدود و در عرض چند ثانیه است، روایتگری‌ها و قصه‌پردازی ما در برنامه دعوت چگونه باید باشد که بتواند برای مخاطبی که می‌شنود، جذابیت داشته باشد و در همین بازه که بتواند نظر مخاطب را به خودش جلب کند.

«**برای این کار چه تمهیدی اندیشیده‌اید؟**

خیلی سعی می‌کنیم که این اتفاق بیفتد. اما این‌که چقدر موفق بوده‌ایم را نمی‌دانم. اما همیشه این موضوع دغدغه من بوده و هست. به همین دلیل به این نتیجه رسیدیم که روایت‌ها و سوزه‌ها و قصه‌های خوب همیشه لازم نیست یک اتفاق یا رویداد خاص و متفاوت باشد. اگر یک سوزه بخواهد خیلی پیچیده باشد شاید در برنامه ما با این زمان کوتاه نگنجد. من هم ترجیح می‌دهم سوزه‌ها و قصه‌هایی که در این برنامه به کار برده می‌شود قبل از این‌که خیلی پیچیده و خیلی خاص باشد، محتوا و پیام درستی برای مردم داشته باشد.

«**منظور این است که قصه‌های معمولی برای مخاطب**

خیلی جذاب‌تر از قصه‌های خاص و متفاوت است؟

بله، یک قصه می‌تواند خیلی معمولی یا یک روایت خیلی

تکراری باشد اما پیام بسیار بزرگی داشته باشد. سوزه‌هایی موفق و قصه‌هایی جذاب هستند که با موضوع و دغدغه مخاطب عجین و یکی باشند. خیلی سعی می‌کنیم این کار را در برنامه انجام دهیم. برای همین ما در دعوت خیلی کوتاه و مینی‌مال قصه‌گویی و روایتگری می‌کنیم و این کوتاه بودن و مینی‌مال بودن برنامه ما را نسبت به برنامه‌های دیگر بسیار متمایز می‌کند، چون در زمان کوتاه به بهترین وجه ممکن به بهترین قسمت داستان که محتوای بسیار غنی و پیام بسیار درست و صحیحی دارد، می‌پردازیم. با این روش قصه‌ها و روایت‌های ما دلنشین هم می‌شوند.

«**تا به امروز نقدی هم درباره برنامه شنیده‌اید؟**

خیلی‌ها به من می‌گویند امسال شاید قصه‌هایتان خیلی پیچیده و خیلی خاص نباشد. نمی‌دانم چرا این گرفتاری روانی به جان ما افتاده است و فکر می‌کنیم که برنامه باید خیلی خاص باشد و از معمولی و خوب بودن خودمان چرالذت نمی‌بریم؟ به نظر دلنشین بودن یک قصه و سوزه بیشتر به روایتگری آن برمی‌گردد تا اصل سوزه. نکته‌سنجی کردن در سوزه خیلی مهم است. ما در این برنامه خیلی سعی می‌کنیم از قصه‌ها نکته‌سنجی کنیم. ما شخصی‌سازی نمی‌کنیم. یکی از چیزهایی که من در دعوت دوست دارم ادب‌داشتن، تواضع‌ورزیدن و نسخه‌ندادن است. نسخه نمی‌دهیم چون به فهم مخاطب مطمئن هستیم.

«**چقدر شنیدن قصه‌های مردم شما را به فکر وای می‌دارد و از**

تجربیات‌شان در زندگی تأثیر می‌گیرید؟

ما در مباحث روان‌شناختی و حوزه‌های تخصصی که سال‌هاست خودم روی آن کار می‌کنم، اصولا در درمان مسائل روان‌شناختی یک فرآیند و یک متد و یک رویکردی داریم به نام قصه‌درمانی. قصه‌درمانی بسیار موضوع موثر و اثربخشی است. بسیاری از مشکلات روانی و رفتاری و گفتاری با همانندسازی با قهرمان‌های قصه‌ها و تجربه‌اندوزی با پیام‌های قصه درمان می‌شود.

یعنی می‌توان به‌جای برخی داروها با قصه‌درمانی آنها را التیام بخشید. مثل ناامیدی، استرس و اضطراب و ... روایت قصه‌ها برای کسی مثل من که در برنامه دعوت روایتگری می‌کند و کسی که مثل مخاطب محترم برنامه