

«تکیه» و «هیات فدائیان» به افق رسید

رسانه ملی در روزهای قبل و بعد از شهادت حضرت فاطمه (س) اقدام به پخش برنامه های مناسبی کرده است. در این میان، شبکه افق هم تلاش کرده برنامه های ویژه ای برای عزاداران روی آنتن ببرد و محتوایی مناسب این روزها تولید کند. یکی از این برنامه های ویژه، شهادت حضرت فاطمه (س) و هیات فدائیان حسین (ع) است. این برنامه از برنامه های ویژه شبکه افق در ایام عزاداری ائمه اطهار (ع) است که به پخش مراسم

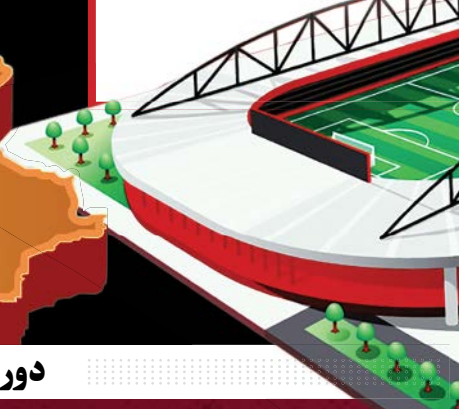
جام جهانی از یک پلتفرم تعاملی استفاده کردند

بلیونی تلویویون

در مجموع، تلویودر در روزهای برگزاری جام جهانی ۲۰۲۲ قطر، این رویداد پرطرفدار را به شکل کامل پوشش داد و موفق شد رکورد های بی نظیری در حوزه های مختلف از جمله میزبانی از دو میلیون کاربر همزمان، هشت میلیون مراجعه در طول برگزاری مسابقه ایران و آمریکا و مراجعه ۲۱ میلیون کاربر منحصر به فرد در یک ماه به ثبت رساند. در گزارش اختصاصی جام جم به آمارهای جالبی که از سوی تلویویون منتشر شده و در روزهای برگزاری جام جهانی اتفاق افتاده است، می پردازیم.

ی ها؛ اولین های تلویویون

به نغرات برگزیده پرداخت شد. در جام جهانی ۲۰۲۲، یک اتفاق ویژه هم در تلویویون رخ داد. برای نخستین بار، خلاصه بازی های جام جهانی بلافاصله بعد از اتمام مسابقه، از شبکه تلویویونی ورزش پخش شد و در آرشیو تلویویون ذخیره شد و مورد استقبال ویژه کاربران قرار گرفت؛ به شکلی که خلاصه ۶۴ بازی جام جهانی، بیش از ۷/۵ میلیون بار تماشا شد. همچنین به واسطه افزودن CDN های استانی به زیرساخت تلویویون و افزایش هفت برابری ظرفیت زیرساخت، کیفیت پخش زنده مسابقات جام جهانی کاهش پیدا نکرد و کاربران توانستند با کیفیت ۱۰۸۰ به تماشای مسابقات بنشینند. بیلبردهای شهری در ۲۰ نقطه تهران و پخش تیزر اختصاصی جام جهانی تلویویون با شعار «جام جهانی تو جیهاته» هم از اقدامات تبلیغاتی بود که برای نخستین بار، برای یک رویداد ورزشی برای تلویویون انجام شد و بازخوردهای مثبتی هم در فضای مجازی دریافت کرد.



عزاداری هیات های مذهبی در شهرهای مختلف ایران می پردازد. شبکه افق به همین منظور در ایام عزای حضرت صدیقه طاهره (س) بر آن شده تا مراسم عزاداری هیات فدائیان حسین (ع) شهر اصفهان را در قاب خود جای دهد. علاقه مندان می توانند این برنامه را هرشب ساعت ۲۲ و ۳۰ دقیقه تماشا کنند. یکی دیگر از برنامه هایی که به صورت ویژه در ایام عزای

ائمه اطهار (ع) توسط شبکه افق تولید و پخش می شود، «تکیه» است. این ویژه برنامه را شاید بتوان یک مراسم عزاداری تلویزیونی دانست زیرا شامل سخنرانی، مدیحه سرایی و روضه خوانی می شود که در ایام عزاداری خاندان عصمت و طهارت در جدول پخش برنامه های شبکه افق جای می گیرد. علاقه مندان می توانند این برنامه را هرشب حوالی ساعت ۲۱ و تکرار آن را روز بعد ۷ صبح و ۱۴ و ۳۰ دقیقه تماشا کنند.

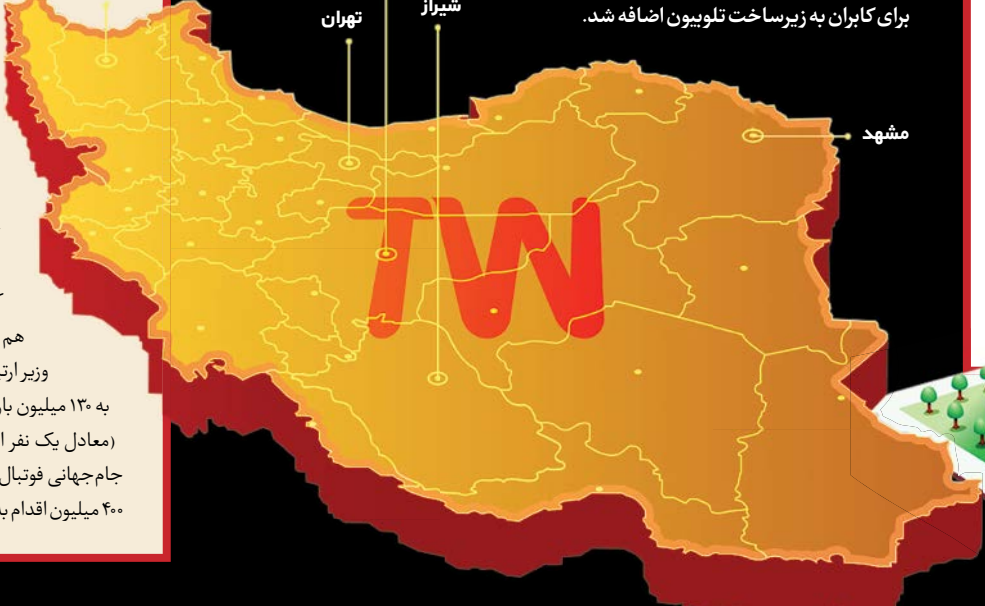


شگستن رکورد های

اینترنت کشور توسط تلویویون

جام جهانی ۲۰۲۲ به واسطه حضور تیم ملی ایران و همچنین جذابیت مسابقات و شگفتی هایی که در بازی های مختلف اتفاق افتاد، به یکی از جذاب ترین و پرمخاطب ترین رویدادهای ورزشی تبدیل شد. این جذابیت ها باعث شد آمارهای شگفت انگیزی در حوزه های مختلف در تلویویون ثبت شود و چندین رکورد در بخش مصرف اینترنت با میزبانی از کاربران همزمان جابه جا شود. مهم ترین رکوردی که شکسته شد، میزبانی یک پلتفرم ویدئویی از کاربران همزمان بود. بیش از این در فینال لیگ قهرمانان آسیا در سال ۹۸، تلویویون باثبت یک میلیون و ۵۰۰ هزار کاربر همزمان، رکورد دار کشور بود. در طول برگزاری جام جهانی، سه بار این رکورد جابه جا شد. نخستین بار، در همان بازی اول ایران با انگلیس یک میلیون و ۴۶۰ هزار کاربر همزمان دقایق پایانی مسابقه را با کیفیت HD از سایت یا اپلیکیشن تلویویون تماشا کردند. در بازی سوم ایران با آمریکا، این رکورد شکسته شد و در دقایق زیادی از مسابقه، تلویویون میزبان بیش از یک میلیون و ۶۶۰ هزار کاربر همزمان بود. اما شگفتی در بازی فینال اتفاق افتاد، جایی که از دقیقه ۸۰ بازی آرژانتین و فرانسه، هر ثانیه چندین هزار کاربر به یک میلیون کاربر همزمان این مسابقه اضافه شد و در وقت های اضافه و ضربات پنالتی تلویویون به رکورد فوق العاده میزبانی از دو میلیون کاربر همزمان رسید. این عدد به آن معناست که معادل بیش از ۱۳ هزار سالن سینمایی ۱۵۰ نفره، امکان تماشای با کیفیت فوتبال را به شکل همزمان داشتند. در این روز، بیش از هشت میلیون مراجعه به سایت و اپلیکیشن تلویویون هم اتفاق افتاد. در این زمان، رکورد ترافیک لحظه ای کشور هم شکسته شد و از کل ترافیک ۶ ترابایت بر ثانیه اینترنت کشور، بیش از ۶۰ درصد، معادل ۳/۶ ترابایت بر ثانیه، سهم تلویویون بود که در تاریخ اینترنت کشور بی سابقه بود. همچنین تلویویون هنگام پخش بازی های تیم ملی ایران هم میزبان بیش از ۲/۵ ترابایت بر ثانیه از ترافیک لحظه ای کل ایران بود که همان زمان هم توسط وزیر ارتباطات در حاشیه جلسه هیات دولت اعلام شد. از دیگر رکوردهای تلویویون در این ماه، می توان به ۱۳۰ میلیون بار مراجعه در یک ماه، مراجعه بیش از ۲۱ میلیون کاربر منحصر به فرد در ایام برگزاری جام جهانی (معادل یک نفر از هر چهار ایرانی) و همچنین ثبت رکورد دو میلیارد دقیقه تماشای زنده مسابقات و حواشی جام جهانی فوتبال از تلویویون، حداقل ۲۸ آبان تا ۲۷ آذر ۱۴۰۱ اشاره کرد. همچنین در این بازه زمانی، بیش از ۴۰۰ میلیون اقدام به تماشا توسط کاربران تلویویون در پخش زنده و آرشیو اتفاق افتاد.

تبریز



دور یک چهارم



نگاه

ارتقای کیفیت

یکی از خاص های رسانه ملی، سراسری بودن آن است. پخش برنامه هایی خاص استان ها یا مواردی که پیش از این تنها مخاطبان تهران قادر به تماشای آن بودند، درست همان چیزی است که توانسته تلویزیون را به رسانه ملی تبدیل کند. شاید یکی از بیشترین چیزهایی که مخاطبان سراسر کشور درباره تلویویون می گفتند،

نیاز به دسترسی راحت تر آن در استان ها بود. چیزی که در جام جهانی میسر شد. تا پیش از برگزاری رقابت های جام جهانی، تمام تبادل ترافیک کاربران تلویویون صرفا از تهران انجام می شد اما با شروع رقابت های فوتبال، برای اولین بار چهار استان توانستند کیفیت تلویویون را ارتقا دهند. بر همین اساس، مشهد، اصفهان، تبریز و اصفهان با در اختیار گرفتن چهار CDN استانی هرکدام با ظرفیت تبادل ۴۰۰ گیگابایت بر ثانیه، تلاش کردند تا دسترسی و کیفیت تلویویون را برای کاربران خود ارتقا دهند. این مسأله از آن جهت اهمیت دارد که زیرساخت توسعه تلویویون می تواند به رشد مخاطبان و افزایش حرکت آنها به سمت رسانه ملی کمک بسیاری کند. البته این تنها یکی از کارهایی است که تلویویون در روزهای برگزاری رقابت های جام جهانی انجام داده است.



دور نیمه نهایی



قاب

مراسم ماندگار

فینال جام جهانی و بالاگرفتن کاپ قهرمانی از سوی مسی، چیزی نیست که فوتبال دوستان آن را از دست بدهند. شاید برای همین هم، یکی از پربیننده ترین بخش های تلویویون همین بخش فینال باشد. البته تا قبل از این هم، تلویویون به شریک همراه فوتبال دوستان در زمان جام جهانی تبدیل شده بود. داشتن فرصت برای تماشای رقابت ها در هر کجایی که مخاطبان هستند، این امکان را به آنها می داد تا اسمال با رنگ و بوی تازه تری پای تماشای فوتبال بنشینند. هر چند که مراسم اهدای



کاپ قهرمانی با توجه به آرزویی که مسی همیشه برای جام جهانی داشت، رنگ و بوی دیگری به خود گرفته بود.

مکت

فرصت های تلویویون



سپیده اشرفی
آگروه رسانه

اگر چند دهه به عقب و به آن روزگاری برگردیم که تنها دو شبکه تلویزیونی موجود بود، تفاوت آن روزها با امروز را به خوبی می توانیم ببینیم؛ زمانی که بعد از پخش یک سریال، بارها مخاطبان از هم می پرسیدند قسمتی که ندیدند چه بود و چه شد، خیلی ها دوست داشتند بازپخش برنامه ها را ببینند که البته بعدها به گزینه های تلویزیون و برنامه هایش اضافه شد. اما چیزی که امروز و این روزهایی را که از جام جهانی گذرانده ایم، متفاوت از چند دهه قبل می کند، همین فرصت ها برای تماشای برنامه های تلویزیونی است. تنها یکی از آمار ی که مرکز تحقیقات رسانه ملی منتشر کرده، این مسأله را به خوبی نشان می دهد. بر اساس این آمار، حدود ۸۹/۷ درصد فوتبال دوستان، از طریق تلویویون پیگیر برنامه های جام جهانی بودند. رقمی که باید روی آن تامل بسیاری کرد اما خود گویای آن چیزی است که توانسته تلویویون را به یک فرصت و شریک وفادار برای رسانه ملی تبدیل کند.

نکته اول این که، تلویویون شریک جوان رسانه ملی است اما

در همین مدت اندک توانسته هواداران خود را داشته باشد.

بخشی از این مخاطبان، طرفداران مجموعه های تلویزیونی هستند که یا در فرصت مناسب موفق به دیدن این برنامه ها نشدند یا به هر دلیلی تمایل دارند دوباره مجموعه مورد نظر خود را تماشا کنند. البته این را هم باید در نظر داشت برخی از این متقاضیان تماشای دوباره برنامه ها، آنهايي هستند که به هر دلیل به محتوای مورد نظر برای کار خود نیاز دارند. از منتقدان و نویسندگان گرفته تا دیگر فعالان فضای مجازی. پس در همین

پله اول باید تلویویون را یک آرشیو محتوای تمام قد معرفی کرد.



نکته دومی که باید در مورد تلویویون بیان کرد، هموار کردن مسیر آنهايي است که تمایل به دیدن برنامه ها دارند اما هنوز ارتباط مستقیمی با رسانه ملی برقرار نکرده اند. در بسیاری مواقع می توان دید مخاطبان با دیدن آرشیوی از یک برنامه، سراغ تماشای بخش های دیگرش می روند. یعنی تلویویون توانسته به یک مسیر سهل و آسان برای جذب مخاطب تبدیل شود که

انصافا این بخش را به خوبی و تمام و کمال انجام داده است.

نکته سوم که باید آن را از دو مورد دیگر مهم تر دانست، مخاطبان ورزشی تلویویون است که توانسته اند از طریق تلویویون پیگیر بازی ها و رقابت های مختلف شوند. این مسأله وقتی پای جام جهانی به میان می آید، جدی تر هم می شود. باید این را هم در نظر داشت که بسیاری از مخاطبان ورزشی، در ساعت هایی که رقابت های جام جهانی برگزار می شد، در حال بازگشت از خانه یا در ترد بودند و تلویویون فرصتی بود تا بتوانند پیگیر این بازی ها بمانند. شاید برای خیلی هایمان این صحنه آشنا باشد که در حال بازگشت از محل کار به خانه چند نفر را در وسایل حمل و نقل عمومی یا خودرو های شخصی می دیدیم که گوشی در دست یکی شان بود و بقیه در حال تماشای فوتبال مورد نظر بودند. این مسأله را اگر در کنار آمار ۸۹/۷ درصدی مخاطبان فوتبال و رکوردهای تلویویون بگذاریم، خواهیم دید رسانه ملی چطور توانسته با یک خلاقیت در ایجاد آرشیو محتوایی ماندگار، به خیل مخاطبان خود اضافه کند. نکته چهارم و آخر این که، نباید فراموش کرد در شرایطی به سر می بریم که شبکه های اجتماعی و سریال های خارجی، هر کدام به نوعی در تلاش هستند مخاطبان را به سمت خود جذب کنند و این کار را با دسترسی آسان خود در هر جا که مخاطب باشد، ممکن می کنند. در این میان حضور پدیده ای به نام تلویویون توانسته رسانه ملی را در رقابت با آن بخش رسانه ای، هم قدم کند.

