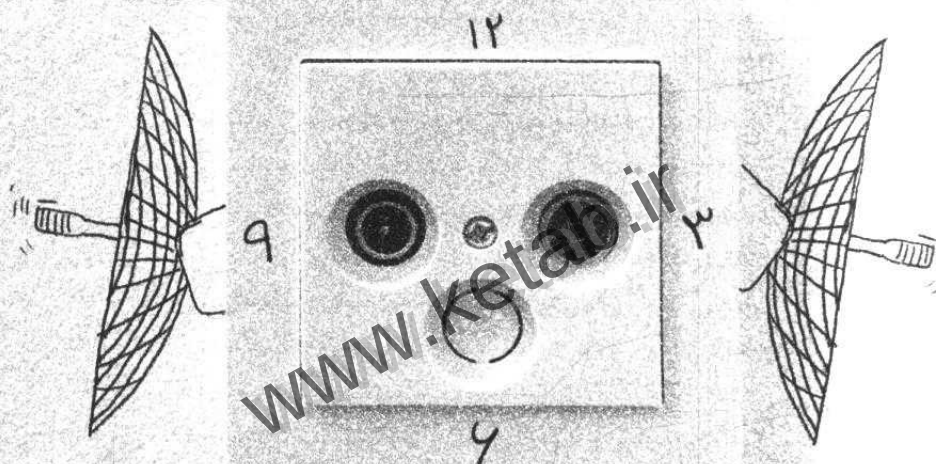


نقطه‌رهای

برنامه‌ریزی جدول پخش شبکه‌های تلویزیونی به زبان ساده



■ مرکز طرح، برنامه و بودجه سازمان صدا و سیما

■ مصیب علی اکبرزاده اراتنی



تهران ۱۴۰۰

شماره ترتیب انتشار: ۱۹۷۹

| سرشناسه: علی اکبرزاده ارانی، مصیب، ۱۳۶۸ - |
 | عنوان و نام پدیدآور: نقطه‌رهایی: برنامه‌ریزی جدول پخش شبکه‌های تلویزیونی به زبان ساده / مصیب
 | علی اکبرزاده ارانی؛ [به سفارش] مرکز طرح، برنامه و بودجه سازمان صدا و سیما. |
 | مشخصات نشر: تهران: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، انتشارات سروش، ۱۴۰۰. |
 | مشخصات ظاهری: ۲۴۱ ص. | فروست: سروش؛ ۱۹۷۹. |
 | شابک: ۹۶۴-۱۲-۲۰۶۱-۹۶۴-۹۷۸-۸۰۰,۰۰۰ |
 | وضعیت فهرست نویسی: فیپا |
 | عنوان دیگر: برنامه‌ریزی جدول پخش شبکه‌های تلویزیونی به زبان ساده. |
 | موضوع: تلویزیون -- ایران -- پخش -- برنامه‌ریزی | موضوع: Television broadcasting -- Iran -- Planning |
 | موضوع: تلویزیون -- ایران -- برنامه‌ها -- برنامه‌ریزی | موضوع: Television programs -- Iran -- Planning |
 | شناسه افزوده: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران. مرکز طرح، برنامه و بودجه. |
 | شناسه افزوده: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران. انتشارات سروش. |
 | رده‌بندی کنگره: HE۸۷۰۰/۹ |
 | رده‌بندی دیویی: ۳۸۴/۵۵۰۹۵۵ |
 | شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۴۳۹۷۶ | اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیپا. |

www.ketab.ir

سروش

انتشارات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

نقطه‌رهایی برنامه‌ریزی جدول پخش شبکه‌های تلویزیونی به زبان ساده |

| امرکز طرح، برنامه و بودجه سازمان صدا و سیما |
 | نویسنده: مصیب علی اکبرزاده ارانی |
 | اویراستار: جلال جلالی اصفحه‌آرا؛ فاطمه اخوان | طراح جلد: حسین پاشازاده |
 | چاپ اول: ۱۴۰۰ | قیمت: ۸۰۰,۰۰۰ ریال | شابک: ۹۶۴-۱۲-۲۰۶۱-۹۶۴-۹۷۸ |
 | این کتاب در پانصد نسخه در چاپخانه انتشارات سروش لیتوگرافی، چاپ و صحافی شد. |
 | تهران، خیابان استاد شهید مطهری، تقاطع خیابان شهید دکتر مفتح، ساختمان سروش |
 | امرکز پخش: ۸۸۳۱۰۶۱۰-۶۶۴۹۳۶۲۲ | سامانه پیامکی: ۳۰۰۵۳۵۶ |
 | www.soroushpublish.com | همه حقوق محفوظ است. |

فهرست مطالب

مقدمه..... ۱۱

فصل اول: ماهیت و ضرورت و چستی جدول پخش..... ۱

۱-۱. کنداكتور چیست؟..... ۵

۱-۲. ضرورت و اهمیت برنامه ریزی برای پخش..... ۶

۱-۳. نقش جدول پخش در چرخه مهندسی و مدیریت پیام..... ۸

۱-۴. نقش جدول پخش در افزایش با کاهش میزان بیننده..... ۱۴

۱-۵. نقش جدول پخش در رقابت یا هم افزایی شبکه ها..... ۱۵

۱-۵-۱. رقابت..... ۱۷

۱-۵-۲. همکاری و هم افزایی..... ۱۸

فصل دوم: مخاطب شناسی..... ۲۱

۲-۱. مخاطب مفروض چیست؟..... ۲۴

۲-۲. شیوه های کشف مخاطب مفروض..... ۲۷

۲-۲-۱. مطالعات پیشینی..... ۲۷

۲-۲-۲. بازخوردگیری..... ۲۹

۲-۳. الگوی عمومی تماشا..... ۳۴

۲-۴. زمان برتر (طلایی)..... ۳۵

۲-۵. الگوی اختصاصی تماشا..... ۳۷

۲-۶. برنامه ریزی پخش برای مخاطب مفروض..... ۳۸

۳۹.....	فصل سوم: جدول پخش عادی و موضوعی
۴۳.....	۳-۱. جدول پخش و سبک زندگی
۴۶.....	۳-۲. جدول پخش عادی، مستمر و تکرارشونده
۵۱.....	۳-۳. جدول پخش آخر هفته
۵۴.....	۳-۴. میخ‌های جدول پخش
۵۶.....	۳-۵. جدول پخش موضوعی
۵۶.....	الف. موضوع و زمان وقوع مشخص هستند و می‌توان از قبل
۶۰.....	ب. موضوع و زمان وقوع مشخص است؛ اما نحوه پرداخت
۶۱.....	ج. موضوع مشخص است؛ اما زمان وقوع آن مشخص نیست
۶۱.....	د. موضوع مشخص است؛ زمان وقوع و...
۶۱.....	ه. موضوع، زمان وقوع و نحوه پرداخت به آن مشخص نیست
۶۲.....	۳-۶. جدول پخش و ایام شادی و عزای
۶۴.....	۳-۷. جدول پخش‌های مناسبتی مهم
۶۵.....	۳-۷-۱. نوروز
۶۶.....	الف. محل زندگی
۶۶.....	ب. وضعیت آب و هوا
۶۷.....	ج. مخاطبان پیگیر
۶۷.....	د. ساعت پربیننده شب
۶۸.....	ه. فضای عمومی جامعه
۶۹.....	۳-۷-۲. دهه فجر
۷۱.....	۳-۷-۳. محرم و صفر
۷۱.....	الف. دهه اول محرم
۷۲.....	ب. از عاشورا تا اربعین
۷۳.....	ج. دهه آخر صفر
۷۴.....	۳-۷-۴. رمضان
۷۵.....	رفتارشناسی مخاطب فرضی در ماه مبارک رمضان
۷۵.....	عصر

۷۵.....	اذان مغرب و افطار
۷۶.....	شب
۷۷.....	پایان شب
۷۷.....	نیمه شب
۷۷.....	سحر
۷۸.....	صبح
۷۸.....	۳-۸. برنامه‌های قارچی
۸۰.....	۳-۹. جدول پخش اعضای خانواده
۸۲.....	۳-۱۰. احیای ساعت مسکوت
۸۵.....	۳-۱۱. احیای ساعت بامدادی

فصل چهارم: آشنایی با انواع برنامه در جدول پخش

۹۲.....	۴-۱. برنامه‌های اصلی
۹۳.....	۴-۱-۱. مبدأ تهیه و تولید برنامه‌ها
۹۴.....	۴-۱-۲. برنامه‌های تولیدی
۹۴.....	۴-۱-۳. برنامه‌های تأمینی
۹۵.....	۴-۱-۳-۱. برنامه‌های تأمینی داخلی صداوسیما
۹۵.....	۴-۱-۳-۲. برنامه‌های تأمینی ایرانی
۹۶.....	۴-۱-۳-۳. برنامه‌های تأمینی خارجی
۹۶.....	۴-۱-۴. برنامه‌های آرشیوی
۹۶.....	۴-۱-۵. بازپخش
۹۷.....	۴-۱-۶. تکرار
۹۷.....	۴-۲. مفاهیم مرتبط با انواع میان برنامه
۹۸.....	۴-۲-۱. گزارش
۹۹.....	۴-۲-۲. برنامه کوتاه
۹۹.....	۴-۲-۳. نماهنگ
۱۰۰.....	۴-۲-۴. اعلان و تبلیغ برنامه
۱۰۱.....	۴-۲-۵. پُرکننده (فیلر)

۶-۲-۴. پیام بازرگانی ۱۰۲

فصل پنجم: ساختار سازمانی تنظیم جدول پخش ۱۰۵

۵-۱. جایگاه برنامه ریز پخش در تلویزیون‌های دنیا ۱۰۹

۵-۲. شورای تخصصی جدول پخش ۱۱۰

الف) حراست از مأموریت‌ها و نقش‌های شبکه‌ها ۱۱۰

ب) جلوگیری از عملکرد جزیره‌ای شبکه‌ها ۱۱۲

ج) صدور مجوز تغییر زمان پخش یا تعطیل کردن برنامه باسابقه ۱۱۴

د) صدور مجوز پخش برنامه جدید در نیمه شب ۱۱۴

۵-۳. شورای جدول پخش شبکه ۱۱۶

۵-۴. ویژگی، اختیارات و جایگاه برنامه ریز جدول پخش ۱۱۷

فصل ششم: هدفمندی منابع مالی با جدول پخش ۱۲۱

۶-۱. پخش بی‌هزینه ۱۲۵

۶-۲. ضریب پخش مؤثر ۱۲۶

۶-۳. سرانه تماشا ۱۲۸

۶-۴. اصول مهندسی بازپخش در کنگدکتور ۱۳۰

۶-۵. استفاده بهینه آرشو در جدول پخش شبکه‌های رادیو و تلویزیونی ۱۳۸

۶-۶. ضریب بهینه‌سازی پخش برنامه جدید ۱۴۰

۶-۷. سبد مصرف برنامه در ساعات شبانه‌روز ۱۴۱

۶-۸. اصول تغییر، حذف یا اصلاح برنامه بر اساس کنگدکتور ۱۴۲

فصل هفتم: اصول کلی برنامه‌ریزی پخش ۱۴۵

۷-۱. تثبیت برنامه و عادت تماشا ۱۴۸

۷-۲. ظرفیت بسته زمانی و ظرفیت برنامه برای جذب مخاطب ۱۵۲

۷-۳. جدول پخش و رسانه‌های رقیب ۱۵۵

۷-۴. راهبردهای تنظیم جدول پخش ۱۵۷

۷-۴-۱. راهبرد تقسیم‌بندی روزانه ۱۵۸

۷-۴-۲. راهبرد برنامه‌ریزی همگدر ۱۶۱

در سازمان صداوسیما رسم نانوشته‌ای وجود دارد و آن «نانوشته ماندن تجارب» است. وظایف و مسئولیت‌های خطیر بسیاری، از تولید تا پخش برنامه، در این سازمان رسانه‌ای هستند و در مقابل افرادی هستند که این مسئولیت‌ها و وظایف را در طی سال‌های گذشته تجربه کرده‌اند. دانش شفاهی مسئولان قبلی، ذوق و قریحه و استعداد خود شخص یا آزمون و خطای عملی، باعث شده است که در سینه این افراد دانشی تجربی نهفته باشد که راهی به بیرون باز نکرده است. برنامه‌ریزی و تنظیم جدول پخش، یکی از این مسئولیت‌ها و وظایف مهم است که در عمل تاکنون محتوای مکتوب درخوری برای انتقال تجارب و دانش این حوزه منتشر نشده بود.

در این میان جدول پخش اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا آخرین نقطه تماس شبکه و سازمان رسانه‌ای با برنامه، پیش از ارسال آن برای مخاطب و به بیان دقیق‌تر «نقطه رهایی» برنامه است. کمانگیری که سال‌ها بسیار دقیق و پرتلاش تمرین کرده است و از بهترین کمان برای انداختن تیر استفاده می‌کند؛ اگر عملکرد خوبی در آخرین لحظه‌ای که تیر در چله کمان قرار دارد و در حال رهاشدن است، نداشته باشد و خوب تیر را رها نکند، همه تلاش‌های چندساله‌اش به هدر می‌رود و تیر به هدف نمی‌خورد. برنامه‌ای

هم که با هزینه‌های زیاد و رفت و برگشت فراوان به پخش رسیده است. اگر برنامه‌ریزی دقیقی برای پخش برای آن صورت نگیرد، نباید برای دیده شدن و اثرگذاری امیدوار باشد.

در ادبیات عملی رسم است که تا جای امکان مطالب به گونه‌ای نوشته شود که فضل و دانش نویسنده به رخ کشیده شده و تا جای امکان از واژگان و عباراتی استفاده شود که خواننده را برای فهم مطلب وادار به خواندن دوباره یا چندباره هر جمله کند. متون علمی هرچه از واژه‌های بیگانه بیشتری استفاده کرده باشد «علمی‌تر» هستند و اگر گله‌به‌گله به مقالات و کتاب‌های خارجی «رفرنس» داده باشند، «موثق‌تر» هستند.

آنچه پیش روی شماست حاصل چند کار علمی است:

۱. گفت وگویی روشن‌مند در قالب مصاحبه عمیق با تعدادی از صاحبان تجربه در حوزه برنامه‌ریزی و تنظیم جدول پخش در شبکه‌های سراسری و استانی و در ادامه کدگذاری و تحلیل علمی صحبت‌های این افراد؛

۲. مطالعه و یادداشت‌برداری از اسناد، مقالات و کتب ایرانی و خارجی در دست‌رس، حول حوزه جدول پخش؛

۳. دو سال مطالعه، بررسی و تحلیل مستمر جدول پخش شبکه‌های سراسری و استانی و فراتحلیل تطبیقی نتایج مطالعه با نظرسنجی‌های مرکز تحقیقات صداوسیما.

۴. یک سال مطالعه، بررسی و تحلیل مستمر جدول پخش مهم‌ترین شبکه‌های آمریکا.

با این حال در مرحله کتابت این اثر، تلاش شد از کلیشه‌های متون علمی فاصله بگیریم و با ادبیاتی نگارش آن را انجام دهیم که هر خواننده علاقه‌مند به حوزه جدول پخش، به راحتی بتواند با متن آن ارتباط برقرار کند. بنابراین هدف و مخاطب این کتاب را کسانی قرار دادیم که آشنایی

آن‌ها با مسئله جدول پخش بسیار اندک است و علاقه‌مند هستند برای آشنایی یا ورود به حوزه برنامه‌ریزی برای پخش، آگاهی‌های مقدماتی و در عین حال مفصلی از اهمیت، الزامات و موانع برنامه‌ریزی برای پخش کسب کنند.

بدون شک اگر تلاش، راهنمایی‌ها و پیگیری‌های برادر عزیز بهنام یاوری و همراهی و همدلی دکتر مصطفی محمدی و سرکارخانم دکتر زارعی نبود، این مرقومه شکل نمی‌گرفت و به دست شما نمی‌رسید. همچنین آنچه در این کتاب آمده است حاصل تلاش تعدادی از پژوهشگران، از جمله امین ضیپ طاهر، احمد مصطفایی ملک شاه، محمد میرزایی قصبه، امیرحسین رمضان‌بی‌دگلی، محمد حسین ساعی، حامد میرخانی، مهدی محسنی، محمدشهبازی سلطانی و ایمان خدابنده است که سخاوتمندانه یافته‌های خود را در اختیار ما قرار دادند. و نه‌الزام است از راهنمایی‌ها و همراهی‌های ستادان ارجمند عبدالکریم خیامی و حمید اسماعیل‌زاده در به ثمر نشستن این تلاش‌ها تشکر کنیم.