نامزدهای انتخاباتی برای حضور در تلویزیون چقدر باید هزینه کنند؟

برای عدالت رسانه‌ای دقیقه‌ای ۷ میلیون پول بدهید

عاطفه جعفری
خبرنگار گروه فرهنگ

از زمانی که رسانه به وجود آمده، فرآیند پیچیده‌ای هم در کنارش شکل گرفته با عنوان فرآیند حذف یا کنار گذاشتن و آن هنگامی است که رسانه‌ای بنا بر سیاست خود بخشی از یک پدیده را برجسته می‌کند و در عین حال بخش دیگری را نادیده می‌گیرد. به طور طبیعی بخشی از فرآیند حذف، اجتناب‌ناپذیر است، اما بخشی از آن که مهم‌تر است مربوط به فرآیندهای آگاهانه و عامدانه است و این هم ویژه رسانه دولتی یا خصوصی نیست. جامعه مخاطب در هر دو صورت این فرآیند حذف، از رسانه متوقع است و از مدیران رسانه انتظار دارد تا با کم کردن وضعیت حذفی، دایره حاضران در رسانه را وسیع‌تر کرده و صورتی از عدالت رسانه‌ای را محقق کنند. درگزارش پیش‌رو، سراغ نمونه متاخری از تلاش مدیران رسانه ملی رفتیم که با هدف و شعار عدالت رسانه‌ای طراحی شده است. در این طرح رسانه‌ای که به گفته پیمان جبلی، رئیس صداوسیما تجربه جدیدی برای تحقق عدالت‌گستری است، امکان تبلیغات نامزدهای انتخابات مجلس دوازدهم از آنتن رسانه ملی در استان‌ها فراهم می‌شود. به گفته رئیس صداوسیما برای نخستین بار است که ۲۰۰ کانال تلویزیونی برای این هدف مشترک فعالیت خواهند کرد. ظاهرا آن چیزی که پیمان جبلی گفته، تلاشی قابل ستایش جهت ایجاد فرصتی برابر برای همه نامزدهای مجلس است اما در واقعیت، اخباری از جزئیات این طرح رسانه‌ای به گوش می‌رسد که نشانگانی از همان فرآیند حذفی است که بر گرده این طرح هم سنگینی می‌کند و به نظر می‌رسد که سیاستمداران حزبی یا نامزدهایی با تمکن مالی بتوانند از این فرصت بهره بیشتری ببرند. مثلا در مورد شهر تهران، نامزد انتخاباتی برای ثبت‌نام در سامانه تبلیغات ۲۰ دقیقه‌ای تلویزیون ویژه انتخابات مجلس شورای اسلامی، باید رقم ۱۵۰ میلیون تومان بپردازد. به عبارتی دقیقه‌ای ۷ میلیون تومان برای اینکه نامزد انتخابات از این امکان رسانه‌ای بهره‌مند شود.

استان	میلیون تومان
آذربایجان شرقی	۱۰ تا ۱۰۰
آذربایجان غربی	۵ تا ۹۵
اردبیل	۱۵ تا ۸۰
اصفهان	۱۰ تا ۱۰۰
اقلیت‌های مذهبی	۵
البرز	۶۵ تا ۱۰۰
ایلام	۲۵ تا ۸۰
بوشهر	۲۵ تا ۴۵
تهران	۳۰ تا ۱۵۰
چهارمحال‌وبختیاری	۳۰ تا ۳۵
خراسان جنوبی	۱۰ تا ۳۰
خراسان رضوی	۲۰ تا ۱۰۰
خراسان شمالی	۱۵ تا ۵۵
خوزستان	۲۰ تا ۱۰۰
زنجان	۲۵ تا ۱۰۰
سمنان	۲۵ تا ۳۵
سیستان‌وبلوچستان	۱۵ تا ۱۰۰
فارس	۲۵ تا ۱۰۰
قزوین	۲۵ تا ۱۰۰
قم	۱۰۰
کردستان	۱۵ تا ۴۵
کرمان	۲۰ تا ۹۵
کرمانشاه	۱۵ تا ۱۰۰
کهگیلویه‌وبویراحمد	۳۰ تا ۴۵
گلستان	۲۵ تا ۱۰۰
گیلان	۱۵ تا ۱۰۰
لرستان	۲۰ تا ۸۵
مازندران	۲۵ تا ۷۵
مرکزی	۲۵ تا ۱۰۰
هرمزگان	۲۰ تا ۵۵
همدان	۲۰ تا ۱۰۰
یزد	۲۰ تا ۸۵

ماجرای ۲۰۰ کانال تلویزیونی

اولین بار پیمان جبلی رئیس صداوسیما خبر راه اندازی ۲۰۰ شبکه تلویزیونی برای انتخابات را اعلام کرد و گفت: «با هماهنگی دستگاه‌های مسئول به ویژه وزارت کشور و شورای نگهبان در این انتخابات برای اولین‌بار صداوسیما، حداقل ۲۰۰ کانال تلویزیونی مختص حوزه‌های انتخابیه را راه‌اندازی می‌کند. در این طرح قرار است کاندیداها علاوه بر استفاده از ظرفیت‌های دیگر تبلیغاتی که برای نامزدها در دوره‌های پیشین بوده، از آنتن صداوسیما هم استفاده کنند. این کانال‌ها در مدت هفت روز تبلیغات انتخابات مجلس فعال خواهند شد، همکاران ما در حوزه‌های فنی در حال تامین تجهیزات مورد نیاز هستند که امیدواریم گام مثبتی برای تقویت مشارکت مردم در انتخابات باشد.»

جبلی در توضیح این شبکه‌های تلویزیونی و کاری که باید انجام بدهند، می‌گوید: «در هفت روز فرصت تبلیغات انتخاباتی این کانال‌های انتخاباتی به صورت ۲۴ ساعت در اختیار تبلیغات نامزدها قرار می‌گیرد؛ یعنی به طور متوسط ما ۵۰۰ دقیقه در ۱۰ هزار دقیقه در طول این هفت روز در اختیار خواهیم داشت. هر نامزدی ۲۰ دقیقه فرصت تبلیغات تصویری دارد که محورهای آن هم مشخص است. کاندیداها باید حامیان‌شان را معرفی کرده و درمورد موضوعات اساسی اعلام نظر کنند. در اینجا شفاف‌سازی به شکل مطلوبی می‌شود؛ مردم با سوابق و دیدگاه‌ها و برنامه‌های یک کاندیدای نمایندگی مجلس آشنا شده و که ما در آینده براساس همین وعده‌ها مطالبات را پیگیری خواهیم کرد.»

او همچنین درباره شهر تهران که شرایط و تعداد کاندیداها بیشتر هستند، می‌گوید: «درحوزه‌های پرتعداد یا پرنامزد، تعداد بازپخش این بسته‌های ۲۰ دقیقه‌ای کمتر خواهد بود؛ ما به همه فرصت ۲۰ دقیقه‌ای تبلیغات ویدیویی را می‌دهیم اما باز پخش‌ها در حوزه‌های با نامزدهای بیشتر طبیعتا کمتر خواهد بود. یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها مربوط به حوزه انتخابیه تهران، ری، شمیرانات و اسلامشهر و پردیس است. برای استفاده از این امکان در این حوزه تلاش کردیم که چهار کانال انتخاباتی راه‌اندازی کنیم؛ طبیعتا آن کسی که در اسلامشهر زندگی می‌کند، دغدغه‌های متفاوتی از کسی که در شمیرانات زندگی می‌کند دارد یا آن کسی که در پردیس زندگی می‌کند، دغدغه‌های متفاوتی از کسی داشته که در شهری ساکن است؛ بنابراین این چهار کانال انتخاباتی برای یک حوزه انتخابی شهر تهران راه‌اندازی شده که امیدواریم بتواند به ما کمک کند.»

این اتفاق که برای انتخابات فعلی در حال رقم خوردن است، برای اولین بار توسط صداوسیما انجام می‌شود. جبلی در مورد اهدافی که برای این پروژه طراحی شده است گفت: «ما امیدواریم بتوانیم تجربه مردمی‌سازی، جاری کردن عدالت در انتخابات و مشارکت کردن اجتماعی مردم در تبلیغات انتخابات را عملی کنیم.»

پولی شدن تبلیغات انتخابات در تلویزیون

در ابتدای معرفی این طرح، خبری از پرداخت پول نبود و نامزدها فکر می‌کردند که می‌توانند در شرایطی یکسان و طبق یک زمان‌بندی از این تبلیغات بهره‌مند شوند؛ اما وقتی ثبت‌نام نامزدهای انتخابات مجلس دوازدهم در سامانه تبلیغاتی سازمان صداوسیما شروع شد، گلایه‌ها و انتقادات نسبت به مبلغ دریافتی شروع شد. محمدحسین رنجبران از برنامه‌سازان و مجریان تلویزیون که به تازگی نامزد انتخابات مجلس دوازدهم شده است در توییتی نوشت: «با اعلام صداوسیما به نامزدها برای استفاده از ۲۰۰ شبکه محلی، رقم دریافتی از هر نامزد ۵ تا ۷۰ میلیون خواهد بود که در تهران به بالای ۱۰۰ میلیون می‌رسد؛ به طور میانگین حداقل حدود ۴۲۳ میلیارد تومان درآمد سازمان از انتخابات مجلس دوازدهم خواهد بود. آیا چنین کاری در مسیر عدالت رسانه‌ای خواهد بود؟!» سیدمنصور میرزایی، یکی دیگر از نامزدهای انتخابات مجلس هم بعد از دیدن قیمت‌های این سامانه در کانالش در ایتا نوشت: «طی چند روز گذشته شاهد انتشار خبری بودیم که صداوسیما در راستای رسالت خبری و اجتماعی خود و در جهت برقراری عدالت و ایجاد فرصت برابر برای نامزدهای انتخابات مجلس دوازدهم، امکان پخش تیزر ۲۰ دقیقه‌ای ضبط شده فراهم نموده است. در همین جهت پیامکی به نامزدهای انتخابات زده شد که برای ثبت‌نام به سامانه مربوطه مراجعه کنید. پس از ورود به سامانه اولین چیز قبل از سلام‌وعلیک این است که مبلغ ۱۵۰ میلیون تومان واریز بفرمایید! و اگر هزینه‌های ضبط فیلم با استانداردهای پخش را در نظر بگیریم شاید هزینه دو برابر این مبلغ بشود. اینجاست که به ذهن می‌رسد شاید تعریف عدالت اجتماعی، حضور حداکثری و... در ذهن آقایان و ما فرق می‌کند. شاید تصور مردم این باشد که به داوطلبان انتخابات امتیاز، وام و... تعلق می‌گیرد؛ و بارها این موضوع از اینجانب از روز اول سوال می‌شد؛ که بحمدالله هیچ‌کدام از اینها صحت ندارد. حال سوال اینجاست هزینه‌های سنگین تبلیغات پاره‌ای از نامزدها از کجا تامین می‌گردد؟! اگر از حقوق دریافتی از مجلس است که کل حقوق چهارسال به اندازه این تبلیغات نیست...»

میرزایی همچنین جدولی را در کانالش قرار داد که هزینه‌های برخی از استان‌ها در آن دیده می‌شود. او در گفت‌وگو با «فرهیختگان» نسبت به این رویه انتقاد کرد و گفت: «همان زمان که وارد این صفحه شدم تا ثبت نام کنم، صحبت‌های وحیدی، وزیر کشور در حال پخش از تلویزیون بود که می‌گفت ما امکانی را برای نامزدهای انتخابات فراهم کردیم تا کسانی که هزینه تبلیغات را ندارند بتوانند از طریق تلویزیون دیدگاه‌هایشان را مطرح کنند. جوری این حرف‌ها زده می‌شد که انگار رایگان است اما فکر می‌کنم که صداوسیما مثل تبلیغات تجاری به این موضوع نگاه می‌کند. تهران حدود ۲ هزار داوطلب دارد و بعید است فرصت برای پخش به کسی برسد. البته این را هم در نظر بگیرید که احتمالا فقط کسانی که با لیست وارد انتخابات می‌شوند، از این امکان تبلیغاتی استفاده خواهند کرد. اینکه صداوسیما بخواهد مثل انتخابات ریاست جمهوری با نامزدها برنامه بگیرد، عملا امکان‌پذیر نیست. می‌شد این امکان با مصاحبه انجام شود.»

با نگاهی به آمار تعداد نامزدهای انتخابات مجلس دوازدهم، که بیش از ۱۱ هزار نفر هستند و حساب و کتابی که از طریق این سامانه می‌توان به دست آورد به رقمی خواهیم رسید که حتما آورده مناسبی برای سازمان صداوسیما از این انتخابات خواهد شد. با نگاهی به جدولی که در این گزارش آمده است، می‌بینیم که برای هر استان چه مبالغی در نظر گرفته شده است، مثلا در آذربایجان غربی مبلغ ۵ تا ۹۵ میلیون تومان، تهران بین ۳۰ تا ۱۵۰ میلیون تومان، سیستان‌وبلوچستان بین ۱۵ تا ۱۰۰ میلیون تومان، همدان بین ۲۰ تا ۱۰۰ میلیون تومان و به همین ترتیب مبالغی که برای هر استان در نظر گرفته شده است.

پدر کاپشن‌صورتی در اختتامیه چهاردهمین جشنواره عمار

اختتامیه چهاردهمین جشنواره مردمی فیلم عمار از ساعت ۱۸ جمعه ۲۹ دی‌ماه در سالن اندیشه حوزه هنری انقلاب اسلامی برگزار شد. مراسم با قرائت قرآن و پیام کودک فلسطینی آغاز شد و پس از آن کلیپی برای گرامیداشت یاد حاج نادر طالب‌زاده پخش شد. پس از آن کلیپ دیگری پخش شد که به معرفی کلی از آنچه در جشنواره مردمی فیلم «عمار» در دوره چهاردهم گذشت می‌پرداخت. محمدرضا باقری اجرای خود در مراسم اختتامیه جشنواره مردمی فیلم عمار را با خواندن شعری آغاز کرد و سخنرانی سیدحسین حسینی‌آزاد قهرمان فیلم مستند «آقای شورا» بخش بعدی مراسم بود. حسینی‌آزاد در این صحبت‌ها عنوان کرد: «من از سال ۱۳۴۴ در خط رهبری و انقلاب بودم و با فرمان امام مسئول پایگاه بسیج چناران نیشابور شدم. بعد تصمیم گرفتم اگر خدا یاری کند در چناران به دختران و پسرانی که قصد ازدواج دارند کمک کنم کمااینکه تا امروز کمک کرده‌ام. از مسئولان نظام می‌خواهم فکری برای ازدواج جوانان کنند.» حسینی‌آزاد ادامه داد: «من می‌بینم در یک روستای ۵۰۰ خانواری جوانان نمی‌توانند ازدواج کنند، از مجلس شورای اسلامی می‌خواهم قوانینی تصویب کند که تسهیلگر ازدواج جوانان باشد و مخاطب حرف‌های من مسئولان هستند که باید فکری برای این خواهران و برادران کنند.» سپس نشان مردمی استقلال شورا توسط خانواده شهید دانشمند مسعود علی‌محمدی به سیدحسین حسینی‌آزاد قهرمان مستند آقای شورا اهدا شد. معرفی کتاب «مادران میدان جمهوری» با موضوع انتخابات و مشارکت حداکثری به نویسندگی مریم برزویی که توسط مجری برنامه صورت گرفت، بخش بعدی مراسم بود و پس از آن کلیپ معرفی جایزه ویژه موزائیک مرگ بر آمریکا پخش شد. در این بخش جایزه ویژه موزائیک مرگ بر آمریکا به علی عارضی کارگردان فیلم مستند «رقصنده با گرگ» رسید. این جایزه توسط مادر شهید اغتشاشات ۱۴۰۱، حسین اجاقی و در میان طنین شعار مرگ بر آمریکا توسط حاضران در تالار اندیشه اهدا شد. علی عارضی هنگام دریافت جایزه‌اش گفت: «من از تیم سازنده اثر و گروه مستند اندیشه آوینی تشکر می‌کنم. ما فرزندان‌مان را برای مبارزه با استکبار و ادامه راه مقاومت و مانند شهدا تربیت می‌کنیم.»

اعلام نامزدهای دریافت جایزه

هیات داوران در بخش «آرمان روح‌الله» که متشکل از محمدصادق کوشکی، حجت احمدی‌زر، مهدی نقویان، روح‌الله رشیدی و سحر دانشور بود، ضمن تقدیر از اثر «مه آباد» به کارگردانی مسعود دهنوی، لوح افتخار این بخش را به دلیل نگرش انتقادی و تهاجمی به واقعیت حاکم بر اروپا، ابتکار و خلاقیت در بیان و فهم و به تصویر کشیدن نزاع حاکم بر آشوب‌های ۱۴۰۱ به «مکرون» به کارگردانی سجاد رضازاده اهدا کرد. همچنین هیات داوران لوح افتخار دیگر این بخش را به دلیل حضور به‌هنگام مستندساز و تلاش برای پاسخگویی به شبهه به «فراخوان خونین» به کارگردانی حسین پالیزدار اهدا کرد. هیات داوران «گزارش کلارنبرگ» به پژوهشگری مهدی پورصفا را شایسته لوح افتخار دستاورد پژوهشی این بخش دانست و نهایتا اعلام کرد که در این بخش اثری را شایسته دریافت جایزه فانوس نمی‌داند. هیات داوران بخش «ملت قهرمان» که متشکل از شهاب طلایی، قربانعلی طاهرفر، محمدمهدی سیار و امیرسعادتی بود، ضمن تقدیر از اثر «آقای شورا» به کارگردانی علیرضا باغشنی، لوح افتخار دیگر این بخش را به «داستان بارانی» به کارگردانی حسین نژادموسی تقدیم کرد. فانوس این بخش به دلیل روایت واقعی و روزآمد از مسائل منطقه محروم سیستان‌وبلوچستان و ارائه راه‌حل توسط سوژه اصلی فیلم با توجه توأمان به عدالت و پیشرفت در منطقه به «سرکش» به کارگردانی سجاد سلیمان خانی تعلق گرفت. هیات داوران بخش «تاریخ فرهنگی، اجتماعی و دفاع مقدس» متشکل از حبیب احمدزاده، گل علی بابایی، روح‌الله رفیعی، سجاد صفارهرندی و جواد رمضان نژاد لوح افتخار این بخش را به «عیدوک» به کارگردانی امیر عسکری و اثر «هفت سال اینجا» به کارگردانی سیدمصطفی سیدالحسینی اهدا کردند. همچنین فانوس این بخش به دلیل انتخاب سوژه مناسب در جهت ترویج منش پهلوانی اهدا شد به اثر «آخرین زنگی زمانه» به کارگردانی مهرداد خاکی. پس از آن کلیپی برای پاسداشت سیدمحمد جوزی پیشکسوت تاریخ شفاهی دفاع مقدس پخش شد. سپس از خانواده محترم شهیدان مسلم خراسانی و امیرحسین صاحب‌هنر و همچنین جانبازان سرافراز محمد هادی، مجیدپور و اسفندیاری جهت تقدیر و پاسداشت سیدمحمد جوزی پیشکسوت تاریخ شفاهی دفاع مقدس دعوت به عمل آمد تا اهدای جایزه مردمی تابلو منقش به سخنان شهید آوینی به سیدمحمد جوزی پیشکسوت تاریخ شفاهی دفاع مقدس را انجام دهند. جوزی در این مراسم گفت: «بهشت‌زهرا مهم‌ترین خط مقدم گرامیداشت یاد شهداست.» پس از آن از ترانه «صبح فردا» جدیدترین اثر غلامرضا صنعتگر با موضوع عملیات طوفان الاقصی رونمایی شد. در

ادامه در صفحه ۱۳

محمدصالح مفتاح، دبیر ستاد انتخابات رسانه ملی در گفت‌وگو با «فرهیختگان»:

صداوسیما به دنبال درآمدزایی از انتخابات نیست

برای دوره دوازدهم انتخابات مجلس شورای اسلامی، صداوسیما بستری را برای تبلیغات نامزدهای انتخاباتی فراهم کرده است تا بتوانند دیدگاه‌هایشان را از طریق کانال‌هایی که راه اندازی می‌شود به اطلاع هم‌استانی‌های خود برسانند. بنا به شواهد، نامزدهای انتخاباتی برای استفاده از این امکان رسانه‌ای، باید مبلغی را به حساب سامانه تبلیغاتی مجلس دوازدهم واریز کنند. این اقدام البته از جانب برخی از نامزدها مورد انتقاد و اعتراض قرار گرفته است و برخی مدعی شدند که صداوسیما به دنبال درآمدزایی از انتخابات مجلس است. با محمدصالح مفتاح، دبیر ستاد انتخابات رسانه ملی در این باره گفت‌وگو کردیم و او با تاکید بر اینکه صداوسیما به دنبال درآمدزایی نیست، یکی از دلایل دریافت پول از نامزدها را به ماده قانونی ۷۴ انتخابات مرتبط دانست. در ادامه متن این گفت‌وگو را بخوانید.

■■■

خیلی مختصر درمورد برنامه‌های سازمان صداوسیما ویژه انتخابات مجلس بگویید.

سازمان صداوسیما در همه ادوار برنامه‌های مختلفی را اجرا کرده است. برنامه‌های کوتاه تا بلند و برنامه‌های منعطف تا اختصاصی. در این دوره هم برنامه‌های مختلفی تدارک دیده شده است و هر کدام از شبکه‌ها یک برنامه اختصاصی و تعدادی برنامه منعطف تدارک دیده‌اند. مجموعه برنامه‌های کوتاه هم به صورت متمرکز در حال تولید و پخش است. به عنوان مثال شبکه یک، برنامه «کتاب قانون» را تدارک دیده است که یک رئالیتی‌شو به کارگردانی سعید ابوطالب است که در آن کارکردهای مجلس نمایش داده می‌شود و اینکه مردم بدانند چه مشکلاتی را می‌توانند انتظار داشته باشند تا از طریق مجلس حل شود. برنامه «منطقه آزاد» که یک برنامه اختصاصی با موضوع انتخابات و با حضور اقشار مختلف مردم است که در این برنامه مطالبات خود را از مجلس آینده بیان می‌کنند. شبکه‌های دیگری هم برنامه‌هایی را تدارک دیده‌اند از آن جمله برنامه «تقاطع» شبکه چهار که گفت‌وگو و پاسخ به انتقادات در مورد عملکرد شورای نگهبان موضوع برنامه است. در حوزه سیاسی و خبر هم برنامه «بالاتر»، چند روزی است که شروع شده و در دو نوبت مناظره‌هایی با موضوعات مختلف مرتبط با انتخابات برگزار می‌کند. در مورد این فرمایش رهبری که فرمودند گرایش‌های مختلف بیایند و با هم گفت‌وگو کنند و نهایتا مردم به هر گرایشی که تمایل داشتند رای دهند، این زمینه در برنامه «بالاتر» و با بحث مناظره در حال پیگیری است. سلسله برنامه‌های «تصویب شد» به قوانین مهم مصوب مجلس در دوره‌های مختلف می‌پردازد تا نقش مجلس را نشان دهد. «فراکسیون شهدا» برنامه دیگری است که به زندگی نمایندگان شهید مجلس می‌پردازد. برنامه‌های دیگری هم در حال تولید است که به مرور پخش می‌شود.

مناظرات دیگری هم در شبکه‌های دیگری انجام می‌شود. برنامه «جریان» در شبکه یک، دو روز در هفته برنامه مناظره انجام می‌دهد. همچنین برنامه «جهان‌آرا» که موضوع انتخابات را پیگیری می‌کند و برنامه‌های زیاد دیگری که تدارک دیده شده است. در رادیو نیز برنامه‌های مختلفی در حال ضبط و پخش است که مردم می‌توانند از آنها استفاده کنند. از جمله آنها برنامه «۶ در ۲» است که به مناظره چهره‌های سیاسی می‌پردازد که چند هفته‌ای است از رادیو گفت‌وگو پخش می‌شود.

در حوزه فضای مجازی چه برنامه‌هایی دارید؟

در حوزه فضای مجازی هم کارهای متعدد تولید و پخش شده است. در مجموعه تلوبیون، شبکه آرا که یک برنامه حول محور موضوع انتخابات و یک برنامه تلویزیونی اینترنتی است، این برنامه‌ها تدارک دیده شده است. این مجموعه کارهایی است که در دوره‌های پیشین هم انجام شده اما این دوره تفاوت‌های جدی دارد از جمله اینکه ما موضوع خود ستاد انتخابات را از فروردین امسال شروع کردیم. در دوره‌های قبل برای انتخابات مجلس، ستاد انتخابات معمولا در مرداد ماه تشکیل و حکم رئیس ستاد صادر می‌شد اما امسال که رهبری راهبردهای انتخابات را بیان کردند، رسانه ملی هم از فردای صحبت‌های رهبری ستاد را تشکیل داد و تا امروز ۵۴ جلسه ستاد انتخابات، با حضور همه معاونت‌های سازمان تشکیل شده و این غیر از جلسات تخصصی است که ممکن است در موضوعات مختلف برگزار شود و یا ستاد انتخاباتی که در هر کدام از معاونت‌ها یا استان‌ها برگزار می‌شود که همه این کارها برای هماهنگی انجام شده است.»

جبلی در صحبت‌هایش به راه‌اندازی ۲۰۰ کانال تلویزیونی برای تبلیغات نامزدهای انتخابات مجلس اشاره کرد. در مورد این ۲۰۰ شبکه و کاری هم که باید انجام بدهند، بگویید.

بخش دوم کار که مختص این انتخابات بود، موضوع راه‌اندازی ۲۰۰ کانال تلویزیونی است. در ماده ۵۹ قانون انتخابات استفاده از امکانات دولتی ازجمله امکانات صداوسیما و منابر نماز جمعه برای همه نامزدها ممنوع و هرگونه استفاده تبلیغاتی جرم تلقی می‌شد، اما با تغییری که امسال در قانون انتخابات صورت گرفت، این ممنوعیت برداشته شد و به جای قانون ۵۹ سابق، قانون ماده ۷۴ آمد که موضوع آن عدالت و برابری در استفاده از امکانات عمومی بود و این به سیاست‌های کلی برمی‌گشت که رهبر انقلاب در سال ۹۵ در بند ۳ آن اعلام کرده بودند تا همه افراد بتوانند به صورت برابر از امکانات عمومی استفاده کنند. برای این موضوع اندیشیده شد که چه کارهایی می‌توان در حوزه تبلیغات انجام داد. با امکانات موجود این کار قابل انجام نبود؛ یعنی تا پیش از این فکر می‌کردیم شبکه‌های استانی وجود دارند و تجربه مجلس خبرگان است ولی خب مجلس خبرگان ویژگی‌های خاصی دارد از جمله اینکه تعداد نامزدها کمتر است و انتخابات هم استانی برگزار می‌شود. قانون در آنجا مشخص کرده که تبلیغات در شبکه‌های استانی انجام می‌شود. اما در مورد انتخابات مجلس شرایط خیلی متفاوت در هر حوزه انتخابی تعداد زیادی از افراد کاندید و آماده رقابت می‌شوند و با ظرفیت‌های موجود قابل انجام نبود. یکی از ظرفیت‌هایی که ما پیش‌بینی کردیم، فضای مجازی است که احتمالا راهکار عادی‌تری بوده و ما هم تمهیداتی برای آن اندیشیده‌ایم. «ایران‌صدا» و «تلوبیون» یکی از ظرفیت‌های اساسی است که ما در خدمت نامزدها قرار دادیم تا به صورت رایگان برای همه نامزدها صفحه ایجاد کنند و تا ۱۰ ساعت می‌توانند برنامه بگذارند و چیزی شبیه کانال تلویزیونی اینترنتی به آنها اختصاص می‌دهند و نامزدها می‌توانند در این صفحه اخبار و محصولات تبلیغاتی خود را قرار دهند که ان‌شاءالله در روزهای آینده رونمایی خواهد شد. همچنین در برنامه «ایران‌صدا» افراد می‌توانند محتوای خود را در قالب صوت منتشر کنند. این برنامه‌ها به صورت کاملا رایگان و برای همه امکان‌پذیر است.

اما درمورد کانال تلویزیونی، وضع متفاوت است به لحاظ اینکه در آنجا کنداکتوری وجود دارد که نمی‌تواند از یک حدی بیشتر شود و تلاش کردیم این شرایط طبق ویژگی‌هایی برای همه فراهم شود. طبق قانون باید هزینه‌های این خدمات از نامزدها اخذ شود، اما ما خیلی سعی کردیم این را با کمترین میزان انجام دهیم و یا به کاندیدها برگردانیم. علی‌رغم پیشنهادها و صحبت‌ها، این پیشنهاد سازمان برای برگرداندن هزینه‌ها به نامزدهایی که بخشی از جامعه را نمایندگی می‌کنند به لحاظ عدم اجازه قانون، مورد قبول واقع نشد و اگر ما بخواهیم این خدمت را که هزینه‌های زیادی هم به همراه داشت به صورت رایگان انجام دهیم موانع و مشکلات قانونی دارد. آیین‌نامه اجرایی قانون انتخابات در تبصره ۲ ماده ۶۴ بحث «هزینه تمام‌شده» را مطرح و اشاره کرده که ملاک تعیین نرخ بهره‌مندی از این امکانات هزینه تمام شده است.

ویژگی‌هایی که برای این شاخص‌ها وجود داشت، چه چیزهایی بود؟

با محاسباتی که انجام شد چند ویژگی و شاخص برای هزینه‌ها در نظر گرفته شد. از جمله بزرگی و کوچکی حوزه انتخابی که زیرساخت‌های متفاوتی را می‌تواند برای آنها ایجاد کند. مثلا در تهران شرایط کاملا متفاوت است؛ ما برای تهران چهار کانال در نظر گرفتیم که مردم اسلامشهر، پردیس، ری، شمیرانات و تهران هستند که امکان‌های متفاوتی را در اختیار دارند و می‌توانند از چهار کانال متفاوت محتوا دریافت کنند. هر نامزد هم می‌تواند از هر چهار کانال استفاده کند و برای هر کدام از این کانال‌ها پیام مختص خودشان را ارسال کنند و درخصوص مطالبات مردم پاسخگو باشد. اما در مورد برخی از شهرهای دیگر که ما با فرستنده‌های کوچک‌تری این کار را انجام می‌دهیم و هزینه‌های فنی این کار پایین‌تر هست، این موضوع فرق دارد.

شاخص دیگر میزان پوشش‌دهی فرستنده‌ها است. این هزینه‌های فنی و زیرساختی، گستره حوزه انتخابی، تعداد نامزدها و هزینه‌های اجرایی و نیروی انسانی این شاخص‌ها در نهایت فرمولی در اختیار ما گذاشت که بتوانیم برای حوزه‌های مختلف هزینه‌های متفاوت در نظر بگیریم. اما باز همه مشکلات حل نشده است و ما این پیشنهادها را مطرح کردیم. اما قانون می‌گوید تعیین قیمت‌ها با «هیات استانی بررسی تبلیغات» است که این هیات‌های استانی زیر نظر هیات اجرایی مرکزی فعالیت می‌کنند. این هزینه‌ها را ما پیشنهاد کردیم، هیات اجرایی مرکزی هم بررسی کرده و شیوه قیمت‌گذاری را تایید کرده است. نامزدها وقتی به سایت مراجعه می‌کنند می‌توانند مشاهده کنند برای حوزه انتخابی آنها چه هزینه‌ای در نظر گرفته شده است.

قیمت‌هایی که برای ثبت نام در سامانه تبلیغاتی نامزدهای مجلس دوازدهم برای حضور در تلویزیون، گذاشته شده با انتقاد و گلایه برخی از نامزدها مواجه شده است. عمده اعتراضات به این است که فرآیند پیش رو با شعار عدالت رسانه‌ای این طرح همخوانی ندارد. شما از ضرورت‌های قیمت‌گذاری برای این طرح صحبت کردید اما این گلایه‌ها هم مطرح است. در پاسخ به این اعتراضات چه می‌گویید؟

عدالت این است بین افرادی که باهم رقابت می‌کنند، شرایط یکسانی وجود داشته باشد. ما بین افراد در حوزه‌های مختلف این شرایط را برقرار کردیم. اما قاعدتا کسی که در شیراز است با کسی که در تهران است، یکسان رقابت نمی‌کند. شرایطی که برای افراد گذاشتیم مشابه است اما اینکه نامزدها بخواهند هزینه این تبلیغات رایگان یا کم باشد، چند ملاحظه را باید در نظر بگیرید. اول اینکه عددی که در سامانه گذاشته شده نسبت به متوسط هزینه‌های تبلیغاتی نامزدها عدد قابل توجهی نیست. اگر همه نامزدهای حاضر در انتخاب در این تبلیغات شرکت و این تعرفه را پرداخت کنند، باز هم به هزینه‌ای که سازمان برای راه‌اندازی این کانال‌های تبلیغاتی داده است، نمی‌رسد. نکته دیگر اینکه، خدمتی که سازمان صداوسیما در این انتخابات ارائه می‌دهد، خدمتی شبه‌رایگان است. باید این را مقایسه کرد با تبلیغاتی که به صورت تجاری در اختیار افراد قرار می‌دهیم. عددی که صداوسیما در ثانیه به محصول تجاری اختصاص می‌دهد، بسیار متفاوت از این مبلغ پیشنهادی سازمان است. بسته‌ای که برای نامزدها اختصاص می‌دهیم، حداقل یک بسته ۲۰ دقیقه‌ای است که نامزدهای انتخابات می‌توانند از آن استفاده کنند و دیدگاه‌های خود را مطرح کنند و تعداد بازپخشش هم بستگی به این دارد که چه تعداد مخاطبی می‌خواهند از این امکان استفاده کنند. برای مثال در حوزه‌ای اگر ۵۰ نفر کاندید باشند، این میزان بازپخش متفاوت از حوزه‌ای است که ۲۵ کاندید دارد. پس عدالت بین افرادی که در یک حوزه هستند کاملا رعایت می‌شود. صداوسیما به دنبال کسب درآمد نبوده است. این عددی هم که نهایتا جمع خواهد شد، کسری از هزینه‌های سازمان می‌شود. ما اگر دنبال درآمد بودیم خیلی راحت‌تر بود که با تبلیغات تجاری این کار را انجام بدهیم. صداوسیما به دنبال این است که با گرفتن کسری از هزینه‌ها، مسائل قانونی این موضوع را پیگیری کند تا بعدا نهاد نظارتی نگوید که شما به چه حقی از ماده قانونی عدول کردید که ثبت‌شده باید هزینه تمام‌شده را از سفارش دهندگان بگیرید. ماده ۷۴ قانون انتخابات در قانون جدید که برای همه خدمات است، بحث استفاده از امکانات دولتی را بیان می‌کند و در آن همه دستگاه‌ها را خطاب قرار داده است. مثلا در یک استان، یک سالن نمایش وجود دارد و یا مکان‌هایی که قابلیت استفاده عمومی و تبلیغاتی دارند. در آن مکان‌ها هم شرایط برای همه یکسان و هزینه تمام‌شده از نامزد گرفته می‌شود و کسی حق سودجویی ندارد.

این کار را ما در رسانه ملی زودتر از بقیه شروع کردیم و تلاش‌مان هم این بود که عددهای کوچکی باشد. شما ببینید در تهران که مخاطب بیش از ۱۰ میلیون دارد، این شبکه‌ها را اگر بخواهیم تجاری در نظر بگیریم چه عدد زیادی می‌شود. از طرف دیگر مقایسه کنیم با هزینه‌هایی که افراد برای رساندن پیام‌شان تبلیغات می‌کنند. مثلا در همین تهران حتما باید هزینه بیشتری می‌دادند و حالا اگر بخواهند از امکانات صداوسیما استفاده کنند، هزینه‌ها به‌مراتب کمتر است. به‌نظرم این عددی هم که اعلام شده، نسبت به هزینه‌های تبلیغاتی معمول در کشور هزینه پایین‌تری است. در همین تهران ملاحظه می‌کنید که چه ابزار و هزینه‌ای باید شکل بگیرد تا پیام تبلیغاتی یک کاندیدا به گوش ۱۰میلیون مخاطب برسد. این اعدادی که در سایت گذاشته شده، اعداد معقولی است که احتمالا در دوره‌های قبل هم استفاده می‌شده و افراد این میزان تبلیغات می‌کردند. مثلا اعدادی را می‌شنیدیم که در شهرهای کوچک یک میلیارد هزینه می‌کنند، عددی که ما اعلام کردیم در شهرهای کوچک بین ۲۰ تا ۳۰ میلیون است، یعنی کسری از هزینه‌های کسی که در انتخابات برای تبلیغات هزینه می‌کند و البته باید میزان اثربخشی تبلیغات را هم درنظر گرفت. ما به دنبال کسب درآمد نبودیم و نیستیم. این کار جزء خط قرمزهای ما بود. این ارقام چیزی است که قانون تعیین کرده و ما هم ملزم به اجرای آن هستیم.

قبل از این برای این مدل تبلیغات، برنامه‌ای در صداوسیما نبوده است؟

قبل از این در ماده ۵۹، کلا استفاده از امکانات عمومی از جمله صداوسیما برای تبلیغات ممنوع بود و زیرساختی هم برایش وجود نداشت. بر مبنای سیاست‌های انتخابات پیش‌رو که از سمت رهبری اعلام شد، قانون جدیدی آمده که مبتنی بر در اختیار گرفتن امکانات عمومی برای تبلیغات است که خب صداوسیما هم در این مسیر است. این را هم بگویم که از نظر فنی، یک جهش و یک انقلاب است. تا قبل از این سابقه نداشت که در فرصت کوتاه چندماهه این کار انجام گیرد. از مرداد ماه که قانون به ما این اجازه را داد تا الان، هر روز چند تا از این کانال‌ها افتتاح شده است. در دنیا بی‌سابقه است که ۲۰۰ کانال در این مدت کوتاه راه‌اندازی شود.

برنامه‌های حوزه فضای مجازی هم برای نامزدها با پرداخت هزینه است؟

افرادی که از تلوبیون استفاده می‌کنند، هزینه‌ای نباید بپردازند و رایگان است. یک چیزی شبیه کانال در اختیارشان قرار می‌گیرد که می‌توانند ایده‌هایشان را در این کانال‌ها پخش کنند. به هرحال تلوبیون هم زیرساختی است که مخاطب گسترده‌ای دارد و امیدواریم این هم به کمک مردم بیاید و از این زیرساخت استفاده کنند. امیدواریم که بتوانیم در آن زمان ترافیک تلوبیون را رایگان کنیم تا مردم بدون دغدغه مالی محتوای تبلیغاتی را ببینند.

سوال دیگری که وجود دارد این است که این پرداخت هزینه فقط برای یک بار است یا اینکه باز هم نامزدها بعد از ورود به سایت و پرداخت اولیه باید مبالغ دیگری را بپردازند.

پرداخت هزینه فقط یک بار و برای هر فردی است که ثبت نام می‌کند. ما برای اینکه بتوانیم برآوردی از تمام متقاضیان داشته باشیم و به جهت اینکه در هر حوزه‌ای چند نفر حضور دارند و بعدا قابلیت انجام دارد یا نه، دریافت مبلغ را در ابتدای ثبت نام قرار دادیم. مخصوصا در مورد حوزه انتخابی تهران وضعیت خیلی خاص است؛ به ویژه اینکه اگر تعداد زیاد باشد ما باید در برنامه تبلیغاتی‌مان بازنگری کنیم. حتی ممکن است در مورد تهران این قابل اجرا نباشد. به واسطه اینکه اگر بسته ۲۰ دقیقه‌ای در نظر بگیریم، در طول یک هفته حدود ۵۰۰ بسته می‌توانیم پخش کنیم که بعضی از آنها ممکن است ساعت‌های شب و ساعت‌های مرده باشد و اگر تعداد افراد خیلی زیاد باشد این برای ما قابل انجام نیست. با این حال تلاش داریم که بیشترین امکان استفاده را برای نامزدها فراهم کنیم تا بتوانند رایگان از این امکانات استفاده کنند. این هزینه فقط یکبار برای ثبت نام برای استفاده از خدمات تلویزیونی دریافت می‌شود و سامانه‌اش به زودی بارگذاری خواهد شد. همچنین یک شابلونی در نظر گرفته شده است و هرکدام از افراد از آن شابلون استفاده می‌کنند و بخش‌هایی که وجود دارد را جایگذاری می‌کنند. مثلا رزومه خودشان را قرار می‌دهند، حامیان خود را دعوت می‌کنند. هر فرد می‌تواند ۱۰ نفر از حامیان خودش را دعوت کند تا در این شبکه‌ها صحبت کنند، چه در شهرهای بزرگ و چه در شهرهای کوچک. درواقع افرادی حضور دارند که برای دیگران ایجاد انگیزه و مشارکت می‌کنند. امیدواریم این هم یک ظرفیت باشد. در این شابلون پیش‌بینی کردیم هر نامزد ۱۰ نفر را دعوت کند و به عنوان حامیان او، آنجا صحبت کنند. حال فرد نامزد می‌تواند یک شخصیت ملی، محلی، نخبه دانشگاهی و هرکسی که معرف او باشد را دعوت کند و اینها را به عنوان حامی در این شابلون جایگذاری کند. یک‌سری سوال را هم پیش‌بینی کردیم که هر نامزد می‌تواند پاسخ دهد تا مردم با دیدگاه‌های آن نامزد آشنا شوند. صداوسیما در موضوع انتخابات تلاش‌های زیادی انجام داده است. اجرای صحیح برنامه‌ها در این دوره از انتخابات خیلی برای کشور و سازمان جدی است. ما می‌توانستیم کار خاصی نکنیم و تجربه دوره‌های گذشته را تکرار کنیم. اما خطر کردیم و این ایده را اجرایی کردیم. این انتخابات و مساله رقابت و مشارکت برای ما خیلی مهم است. دنبال درآمدزایی نیستیم و امیدواریم در این موضوع ملی و مهم همه کمک کنند. برای تحقق این طرح، تلاش‌ها و هزینه‌های فراوان شده است. تجهیزات از داخل و خارج کشور خریده شده و نرم‌افزارهای ویژه این کار طراحی شده است تا مورد استفاده مردم و نامزدها قرار گیرد و ما هم تمام تلاش‌مان این بود خدمتی انجام دهیم که موضوع رقابت و مشارکت در انتخابات به صورت جدی انجام پذیرد.

ادامه از صفحه ۱۲

بخش بعدی مراسم، نشان مردمی «استقلال» توسط خانواده شهید دانشمند مجید شهریاری به سید مجتبی عطاردی اعطا شد. سیدمجتبی عطاردی دارای مدرک دکتری مهندسی برق از دانشگاه کالیفرنیا و متخصص در حوزه فناوری میکروچیپ است که به دلیل اتهامات واهی در ارسال تجهیزات آزمایشگاهی به ایران، به مدت ۱۶ ماه در زندان‌های آمریکا بازداشت بود. وی پس از حضور در جایگاه بیان کرد: «واقعیت این است که از اهدای جایزه غافلگیر شدم و قرار بود فقط داور مستند باشم. از خانواده شهدا و ایثارگران تشکر می‌کنم و آنها تاج سر ما هستند.» عطاردی در ادامه افزود: «دلیل اینکه آمریکا فردی مثل من را که استاد دانشگاه هستم، گرفت این بود که کارشان بسیار دقیق بود. اینها مطالعه کرده بودند و بر اثر رفت‌وآمد من در آمریکا آن چیزی که آنها را خیلی ناراحت کرده بود این بود که در تکنولوژی چیپ به خودکفایی رسیدیم که مادر همه علوم به‌روز در تکنولوژی و فناوری همین چیپ است.» پس از آن نوبت به اعلام نامزدها و اهدای جوایز در بخش «جنگ اقتصادی و رویای ایرانی» رسید که هیات داوران آن متشکل از اسماعیل رئیسی، مجتبی عطاردی، صابر میرزایی، مسعود ملکی و امیر مهریزدان، ضمن تقدیر از «گامیش» به کارگردانی مرتضی اسفندیاری، لوح افتخار این بخش را به «ماهی‌ها پرواز می‌کنند» به کارگردانی محمد مجیدپور اهدا کرد. هیات داوران، فانوس این بخش را به دلیل امیدآفرینی برای نسل جوان، روایت جذاب و مخاطب‌پسند و تاثیر اقتصاد در زندگی مردم و توجه به اعتمادبه‌نفس جوان روستایی به «سوت گلخانه» به کارگردانی معصومه قاسمی و داوود محمدی اهدا کردند. همچنین فانوس‌های دیگر این بخش را به دلیل شکار لحظه‌های به‌یادماندنی تاریخ، شجاعت، ناگفته‌های دفاع مقدس، امیدبخشی، مسئولیت‌محوری و افتخارات صنعتی دفاع مقدس به «تغییر ماموریت» به کارگردانی «سجاد ریاحی» و «رویای بزرگ» به کارگردانی احسان مشکور به دلیل امیدآفرینی، ابتکار مدیریتی در عرصه ورزش، پژوهش مفصل و جهش ملی اهدا شد. هیات داوران در بخش مستند جنگ نرم، ضمن تقدیر از اثر «کودک‌کشی» به کارگردانی ضحی کریمی لوح افتخار این بخش را به «پیاده‌روی شهرت» (از مجموعه مستند پشت صحنه) به کارگردانی حسین الهام و «پک آخر؛ راه‌حل آمریکایی» به کارگردانی لقمان یداللهی بخشید. هیات داوران در بخش مستند نهضت جهانی مستضعفین، ضمن تقدیر از «من محمدحسن را دوست دارم» به کارگردانی سیدمحمد محمدی‌سرشت، لوح افتخار این بخش را به دلیل روایت اجتماعی کمتردیده‌شده از ایستادگی مردم غزه و نمایش حفظ ارزش‌های این مردم به «داستان ساحل شرقی» به کارگردانی احسان شادمانی اهدا کرد. هیات داوران در بخش مستند نظم جدید جهانی لوح افتخار این بخش را به دلیل پژوهش و ارزیابی موثر در جریان جنگ اوکراین اهدا کرد به «جنگ سردتر» به کارگردانی سیامک مختاری. همچنین هیات داوران فانوس این بخش به دلیل پرداخت خلاقانه به موضوع مقاومت و توجه به تاثیرگذاری مقاومت یمن در معادلات منطقه‌ای به «قاعده بازی» به کارگردانی حسن وزیرزاده بخشید و لوح افتخار پژوهشی این بخش را به دلیل توجه به ابعاد غیرسیاسی استکبار و قوت تحقیقی و پژوهش اثر به پژوهشگر اثر «میراث سمی»، علیرضا حسنی داد. همچنین هیات داوران فانوس این بخش به دلیل بیان غیرمستقیم و هنرمندانه یک موضوع ورزشی در دفاع مردم جهان خصوصا مراکش از استقلال و نیز مساله فلسطین و توجه به‌موقع به حمایت‌های جهانی از مساله فلسطین به «داستان‌های فوتبال (کازابلانکا)» به کارگردانی مهدی افضل‌زاده اهدا کرد. سپس از برادران یمنی جهت اعطای جایزه مردمی خنجر یمنی دعوت به عمل آمد و برای اولین بار این جایزه به حسن وزیرزاده کارگردان مستند قاعده بازی تعلق گرفت. در ادامه فانوس جشنواره مردمی فیلم عمار به رومینا گوادالوپه پرز راموس، سفیر کشور بولیوی در ایران به دلیل مواضع ضداستکباری این کشور اهدا شد و وی در صحبت‌هایش هنگام دریافت این هدیه گفت: «این جایزه برای من نماد مقاومت است و از یمنی‌ها تشکر می‌کنم که در راستای حمایت از فلسطین تلاش می‌کنند. جایزه‌ای که امروز به من داده شد متعلق به همه فلسطینی‌ها و کسانی است که در راه آزادی فلسطین مقاومت کردند.» سپس برای اهدای جایزه بخش «حافظه ملی» از خانواده شهیده فائزه رحیمی، دانشجومعلم از شهدای حادثه تروریستی کرمان و پدر شهیده ۱۸ ماهه ریحانه سلطانی‌نژاد (دختر کاپشن‌صورتی) که او هم از شهدای حادثه تروریستی کرمان بود، دعوت به عمل آمد. در این بخش ضمن تقدیر از «بی وتن‌ها» به کارگردانی حسین شمقدری و «مقدس‌نما» به کارگردانی امیرعباس کنعانی‌هرندی، لوح افتخار این بخش به «آلترناتیو» به کارگردانی محمدصالح نیکنام و «دوئل امجدیه» به کارگردانی محمدرضا یوسفی رسید. همچنین هیات داوران فانوس این بخش را به دلیل ارائه مجموعه دانشی متقن و مستند از یک انتخاب نادرست در فرآیند توسعه کشور به «جوان‌مرگ» به کارگردانی سعید فضل زرندی و «ایزو ۱۳۶۱» به کارگردانی محمدرضا میراضی به‌دلیل ارائه تصویر صحیح و مستند از مظلومیت نیروهای انقلاب و جنایات وحشیانه منافقین اهدا کرد. هیات داوران در بخش «نقد درون‌گفتمانی» ضمن تقدیر از «انــدوه جنگل» به کارگردانی مریم رزاقی و «کلاف» به کارگردانی سیدمصطفی سیدالحسینی، لوح افتخار این بخش را به «لاتارینو» به کارگردانی «مجید رستگار» اهدا کرد. همچنین هیات داوران فانوس این بخش به دلیل ترسیم هنرمندانه قیام مردمی به قسط که بسیار نزدیک به تاریخ تحولات انقلاب اسلامی است به «همیجان» به کارگردانی حمیدرضا بهوندی و «رزیدنت» به کارگردانی امیرمحمد کوچک‌زاده به دلیل پرداخت به سوژه جسورانه در حوزه سلامت، شکستن چهارچوب‌های کلیشه‌ای در مستندسازی و باقی ماندن در چهارچوب نقد درون گفتمانی اهدا کرد.