

اخبار

مدیرعامل تلویوین مطرح کرد

آخرین مناظره رکورد زد



مدیرعامل تلویوین با اعلام آمار ی مخاطبان شبکه‌های تلویوینی نامزدها گفت که آمار مخاطبان مناظره چهار برابر مسابقه فوتبال یورو بوده و مناظره پایانی نامزدهای انتخاباتی هم پربازدیدترین مناظره بوده‌است.

به گزارش ایسنا، احمد خورشیدی، مدیرعامل تلویوین - از استقبال کم‌نظیر مخاطبان گفت که مناظره‌های تلویزیونی را از قابت تلویوین هم دنبال کرده‌اند و در عین حال آمار ی از میزان بازدید مناظره‌ها اعلام کرد.

خورشیدی گفت: پربیننده‌ترین مناظره در دور اول مناظره چهارم بود، می‌توانیم مناظره اول را هم پربیننده‌ترین مناظره بنامیم که بیش از ۲۲۵ هزار کاربر همزمان و ۲۶ درصد رشد مخاطب نسبت به مناظره چهارم داشت. اما مناظره دوم هم بیش از ۲۷۱ هزار کاربر همزمان داشته تا جایی که تقریباً چهار برابر مخاطب مسابقه همزمان فوتبال جام ملت‌های اروپا این مناظره بیننده داشت.

او به این نکته اشاره کرد که سعید جلیلی تا الان بیش از ۹۳ برنامه زنده و یا ۱۰۰ کارشناس و مسعود پزشکیان بیش از ۴۶ مرتبه پخش زنده و یا ۴۱ کارشناس در تلویوین توانستند با محتوایی که تولید کردند شاهد بازدید بیش از دو و تیم میلیون کاربر باشند.

خورشیدی تأکید کرد: برای هفت مناظره پخش شده هم بیش از ۷۰۰ کلیپ اختصاصی تولید شده که میلیاردها بار در شبکه‌های داخلی و خارجی فضای مجازی دیده شدند.

مدیرعامل تلویوین در گفت: روز پنجشنبه به دلیل پایان یافتن تبلیغات انتخاباتی محتوای جدید در تلویوین بازگذاری نخواهد شد اما مخاطبان برای مقایسه و تصمیم‌نهایی خودشان می‌توانند همه محتوای دور اول و دور دوم دو نامزد انتخاباتی را به صورت زنده تماشا کنند.

هنرمندان در تالار وحدت رای می‌دهند



هنرمندان و اهالی فرهنگ و رسانه روز جمعه پانزدهم تیرماه آرای خود را در تالار وحدت به صندوق می‌اندازند.

به گزارش ایلنا، تالار وحدت روز جمعه ۱۵ تیر ۱۴۰۳ از ساعت ۱۰ الی ۱۴ میزبان اهالی فرهنگ، هنر و رسانه کشور برای حضور در دور دوم انتخابات ریاست جمهوری چهاردهم خواهد بود. پیش‌تر در اسفند سال گذشته نیز این تالار محل استقرار صندوق اخذ رأی انتخابات مجلس شورای اسلامی و مجلس خبرگان رهبری شده بود که با استقبال هنرمندان و اصحاب فرهنگ رویه‌رو شد.

برگزاری کمپین و پیشبرد آن عملاً در حوزه‌های مردم‌شناسی و علوم‌انسانی تعریف می‌شود اگر چه رامافندان و شکل‌گیری آن نیاز به منابع مالی دارد که گروه‌های اقتصادی پشت‌صحنه سیاست در کنار گروه‌ها و جریان‌ها و احزاب می‌ایستند، هر چند در کشورهایی که امر سیاسی مردم‌محور سابقه‌ای طولانی دارد سازوکار شفاف مالی یکی از بخش‌های مهم کمپین است، در کشورهایی که توسعه سیاسی قوام‌یافته است، اعضای حزب که عموماً از مردم عادی هستند باید مشارکت مالی داشته و حتی برای کمپین حزب، جریان و کاندیدی خود جذب منابع مالی مردمی و مشخص داشته‌باشند.

به گزارش خبرآنلاین؛ در ایران برگزاری انتخابات ریاست‌جمهوری عموماً در سطح ملی ایجاد شوروشوق کرده و کمپین‌هایی در ستاده‌طراحی شده‌و در سطوح مختلف از استانی و شهری تا خیابان و کوچه ادامه پیدا می‌کند. بسترهای ایجاد کمپین هر روز و هر سال جهش پیدا کرده و گاهی ایده‌های ساده دست‌به‌دست شده و در سطحی ملی می‌چرخد و می‌تواند موج مخالف و موافق و صف آنها را تغییر دهد.

در انتخابات ۸ تیر که متأثر از حادثه سقوط بالگرد رئیس‌جمهور فقید و گروه همراه رقم خورد، شوک و اتفاقی خارج از برنامه‌ریزی رخ داد که باید به‌سرت سامان می‌یافت. هرچند جریان اصول‌گرا و انقلابی چند ماه پیش‌ازاین برای انتخابات مجلس رقابت کرده و هنوز آن ستاده‌ها فعال بودند؛ اما بسیج نیرو برای انتخابات ملی در سطح ریاست‌جمهوری با انتخابات محلی و گروهی تفاوت‌هایی آشکار دارد.

انتخاب شعارها، حضور چهره‌ها و افراد، طرح برنامه‌ها و نحوه برخورد با ابر چالش‌های ایران و مشکلات موجود کشور به کمپین‌ها شکل داد و محتوای تولیدات را سامان‌دهی کرد. اگرچه کمپین‌ها در نهایت به کنش نامزدهای گذشته از ساختار شورا نگهبان ختم شد، اما نیروهای مؤثر پشت‌صحنه در مقابل نیرو مردمی به آنچه مقصودشان بود، نرسیدند.

تکرار کلیشه‌ها در کمپین‌های انتخاباتی

اما چرا این اتفاق افتاد، سرخورده‌گی‌ها اجتماعی و قهر ۶۰ درصدی آیا با کمپین‌ها و محتوای تولید شده قابل احصا بود؟ اولین تحلیل آن است که کمپین‌ها شکل‌گرفته توان محتوای جدید نداشتند. محتوای همه کمپین‌ها تکراری، چهره‌های هر دو جریان بارها دیده شده و وعده‌هایشان بدون پشتوانه بودند. حتی آنان که از پول و طلا گفتند حرفشان تکراری بود هم آثانی که با فقر و فقرآ عکس گرفتند و به صاحبان ثروت حمله کردند. تکرار کلیشه‌ها برای جامعه‌ای که همه داشته‌های جریان‌های سیاسی را آرزومه و دیده است، بیشتر ضدتبلیغ است تا تبلیغ. این تحلیل هم وجود دارد که انسداد سیاسی حتی مانع از چهره‌سازی شده است. اصلاح‌طلبان تمام عده و عدش‌شان مشخص است و اصول‌گرایان همه ایده‌ها و گفت‌اشنان آشکار است. آن چه مشخص است نیروهای سیاسی قدرت چهره‌سازی نداشتند و چهره‌ای به میدان نیامد که بتواند برای نیروهای تأثیرگذار اجتماعی همچون جوانان و زنان مؤثر بوده و باعث کنش شود.

«پاس سیاسی» مردم کمپین‌های انتخاباتی را بی‌اثر کرده است
دراین‌رابطه با دکتر محمدعلی الستی کارشناس جامعه‌شناسی رسانه و ارتباطات گفت‌وگو کرده‌ایم که در ادامه می‌نویسد:
الستی درباره شرایط کمپین‌های انتخاباتی می‌گوید: برای فهم بهتر موضوع اول باید تعریفی از کمپین داشته باشیم. اصلاً کمپین به کنش برنامه‌ریزی‌شده جمعی اطلاق می‌شود که ثبت و ماندگاری نداشته باشد، کوتاه‌مدت است و برای یک رویداد رای کمپین‌ها برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود. شما نگاه کنید به کمپین‌های ریاست‌جمهوری در آمریکا گروه‌های مختلف می‌آیند و در یک برنامه کوتاه‌مدت سازمان‌دهی‌شده و بعد از حاصل‌شدن نتیجه کار تمام می‌شود. اما این کمپین‌ها یک پشتوانه حزبی و تاریخی دارند، اینکه حزب در چندمدساله گذشته چه تجربیات تاریخی داشته به شکل‌دهی کمپین‌های انتخاباتی کمک می‌کند. او در ادامه می‌افزاید: آن انباشت تجربه در شرایط زمانی خاص با متغیرهای کوتاه‌مدت مؤثر بوده و خودنمایی می‌کند. در کشورهایی که احزاب ریشه داشته و گاه قرن‌هاست کار تشکیلاتی می‌کنند که

در گفت و گو با کارشناس جامعه‌شناسی رسانه و ارتباطات بررسی شد

کمپین‌های انتخاباتی پشت سد «قهر ۶۰ درصدی»

این روزها که شور انتخاباتی در ستاد نامزدها و جریان‌های سیاسی بالا گرفته است، یک از مباحثه قابل‌طرح در حوزه رسانه موفقیت یا عدم موفقیت کمپین‌ها است. الگوی کمپین‌های انتخابات سیاسی تقریباً مشخص است و بر یک دستورالعمل حرکت می‌کند، استفاده از توان تبلیغ مردم‌محور، ایجاد شور و نشاط در جامعه طرف‌داران و سازمان‌دهی آنان، سهم‌گیری از گروه‌های مردم و خاکستری و در شکل ایدئال جذب بخشی از طرف‌داران رقیب یا مردم کردن آنان است.



شده‌اند. این در حالی است که از میان آنان که شرکت کرده‌اند قطعاً عده‌ای هستند که می‌توانند از امکانات موجود بهره برند، اگر اعتراضی به وجود موجود دارند می‌خواهند به اصطلاح خودشان از روزنه ایجاد شده استفاده کنند و به کاندیدای اصلاح طلب رای داند. او تأکید می‌کند: اما فرض صحبتی که من می‌کنم خودش را در مرحله دوم نشان خواهد داد. که تحلیل، تحلیل واقع گرایانه تری است یا نه.

۱۳ میلیون رای به رئیس‌جمهور اقتدار نمی‌دهد
الستی با این پیش فرض که از همین الان ما می‌دانیم دو تا کاندیدا هستند که اگر همین ۲۴ میلیون نفری که در دور اول رای دادند، دوباره در ۱۵ تیر در انتخابات شرکت کنند، یکی از کاندیداها با ۱۳ میلیون رای و دیگری با ۱۱ میلیون رای پیروز انتخابات می‌شود.

فرض کنید رییس‌جمهوری با ۱۳ میلیون رای به پاسور می‌رود. آن هم در شرایطی که یک کاندیدای اصلاح طلب هم برای ایجاد نشاط انتخاباتی به کل پروسه انتخابات اضافه شده است اما در نهایت همین ۴۰ درصد در انتخابات دوم شرکت کنند و نتیجه این شود که رییس‌جمهوری با ۱۳ میلیون رای بر کرسی ریاست جمهوری بنشیند. آیا این رییس‌جمهور صاحب اقتدار خواهد بود، آیا واقعاً درسطح جهانی می‌تواند

مداخلات را با نفع ایران حرکت دهد.

وی تأکید می‌کند: این نشان دهند آن است که دینامیزم مردم پایین است و نشان از پاس سیاسی است که در آن شکی وجود ندارد که حاصل انسدادهای سیاسی است که به مرور شکل گرفته اند. او خاطر نشان می‌کند: این پیشبینی مرحله اول است؛ اما اگر فرض کنیم که در دوره دوم که فرض بعیدی است آن طیف نامید آن قدر نگران شوند که می‌تواند به بحران‌های کشور اضافه کند، وضعیت تحریرها شرایط خاصی را به وجود آورده است، ما در حال حاضر فقط وضعیت خاص اقتصادی با عارضه اقتصادی نداریم ما بحران اقتصادی داریم و در رسانه فروپاشی اقتصادی هستیم، در چنین شرایطی یک نفر آمده است که می‌خواهد آمریکا را به زانو دربریاورد و تحریم را یک کاغذپاره می‌داند… در چنین شرایطی اگر مردم نگران بشوند و دینامیزمی ایجاد بکنند که در همین کمتر از ۴۸ ساعت کمپین هایی به راه بیفتند که به یکبار دو قطبی شدید ایجاد شود و ۷۰ درصد واجدین شرایط به میدان بیایند و رای بدهند و چیز شبیه دوم خرداد شکل بگیرد. که البته بعید می‌دانم- آن وقت می‌شود گفت که افکار عمومی ما در شرایطی است که کمپین‌ها جواب می‌دهد و می‌توان از ابزارهای کمپین‌ها استفاده کرد ولی آنچنان

افسردگی و پاس سیاسی بر گروه عظیمی سایه انداخته و مانند بختک افتاده است امکان تحقق چنین کمپینی را نزدیک به صفر کرده است.

وی در تکمیل هر دو ایده تشریح شده ادامه می‌دهد: پس ما در باره دو نقشه صحبت کردیم. آنچه در صحنه عمل دیدیم عدم دینامیز کمپین‌ها است و شرکت‌کنندگان در انتخابات همه براساس جایگاه‌های سنتی که داشتند در انتخابات شرکت کردند و می‌کنند. البته عده ای که نگران هستند ممکن است در هر دو گروه تقسیم شوند و پلن بی هم می‌گوید که آن قشر خاکستری و سرخورده از پاس سیاسی می‌تواند ورود قابل توجهی بکنند که احتمالش کم است

اگر ۵۰ میلیون نفر رای صندوق رای در مرحله دوم بیایند چه می‌شود

وی مسئله نبود شفافیت سیاسی را یکی دیگر از دلایل شکست کمپین‌ها می‌داند و می‌گوید: کمپین برای آدم‌های مردم است که تشویق کند و در کوتاه مدت جواب بگیرد. درحال اگر مردمی هستند که در انتخابات حضور یافته و نرخ مشارکت را بالای ۵۰ میلیون نفر ببرند، آن وقت مشخص می‌شود ناامیدی سیاسی بطور کامل تحقق پیدا نکرده است.

الستی ادامه می‌دهد: آنچه که می‌بینیم این است که در گروه اصلاح طلب هم شکاف حاکم شده است. کمپین به این دلیل در کشور ما جواب نمی‌دهد چرا که مردم ناامید هستند و به این دلیل سلبریتی‌ها ورود پیدا نمی‌کنند چرا که حضورشان مضحک است چرا که آدم‌های امیدوار و مردم می‌تواند به حضور سلبریتی به انتخابات ورود پیدا کند آدم‌های که عمیقاً ناراحت هستند بعید‌است یا کاری سیاسی بیایند.

او می‌گوید: آنچه از صحنه عمل می‌تواند دید این است که یک دو قطبی عمیقی در جریان‌های سیاسی شکل گرفته است، به اصطلاح عامه حیدری و نعمتی است. دوقطبی که یک طرفش کسانی هستند که به یک دستی حاکمیت معتقد هستند و کار را یک سویه می‌بینند و نظراتشان را در دوره‌های گذشته جامعه شنیده است و گروه مقابل آنان که طیف کوچکی که هم دارند که در حال رقابت هستند و انتخاباتی را می‌خواهند این افراد به قدرت نرسند و عمل آنان را خنثی کنند… در چنین شرایطی اگر مردم نگران باشند، آنان که می‌توانند صحنه گردان توسعه سیاسی باشند و جامعه مدنی را تحقق ببخشند دیگر وجود ندارد، بلکه فقط دو گروه مانده اند که کینه عجیب و عظیمی در برابرهم دارند که در حال رقابت هستند و انتخاباتی را هدایت می‌کنند. این یعنی هر کدام فرصتی پیدا بکنند بی‌رحمانه طرف مقابل را از صحنه بیرون خواهند کرد. که به نفع کشور نیست.

فرهنگ و هنر

اخبار

بازیگری جایگزین سارا بهرامی نمی‌شود

وضعیت سارا بهرامی بعد از آسیب‌دیدگی‌اش



سارا بهرامی با وجود آسیب‌دیدگی پایش از روز جمعه ۱۵ تیر ماه روی صحنه می‌رود.

به گزارش ایسنا این بازیگر قرار بود از شب گذشته، سه‌شنبه ۱۲ تیر ماه با بازی در نمایش «جیب‌های پر از نان» روی صحنه برود اما به دلیل آسیب‌دیدگی پایش در حین تمرین نمایش و مشکلی که برای رباط صلیبی او به وجود آمد، اجرای این نمایش برای سه روز به تأخیر افتاد.

ایمان یزدی، مجری طرح این اثر نمایشی درباره وضعیت سارا بهرامی و در پاسخ به اینکه آیا او توانایی حضور روی صحنه را خواهد داشت، به ایسنا گفت: پزشک درمانگر برای خانم بهرامی، سه روز استراحت و چند جلسه فیزیوتراپی تجویز کرده و خوشبختانه شرایطش بهتر شده است و توانایی حضور روی صحنه را پیدا خواهد کرد.

او ادامه داد: به دلیل شرایط خاص خانم بهرامی، ایشان در برخی از حرکت‌ها محدودیت دارد و به همین خاطر، تغییراتی در میزانشن داریم چون به هر حال خانم بهرامی باید پای خود را ثابت نگه دارد. یزدی ابراز امیدواری کرد که تا روز جمعه وضعیت پای سارا بهرامی بهتر شود و نمایش در شرایط خوبی روی صحنه برود.

نمایش «جیب‌های پر از نان» نوشته مائتی ویس‌نیک است که با ترجمه وحید رهبانی روی صحنه می‌رود.

در بخشی از یادداشت رهبانی درباره این نمایش آمده: «در این نمایشنامه با جفتی ماندن و ناماندن به نام دی دی و گوگو طرف هستیم که می‌یابند و بافته می‌شوند. نویسنده شما را ترغیب می‌کند به اندیشه در پرسش‌های بنیادین «وجود».

این نمایش به کارگردانی علیرضا گودرزی و تهیه کنندگی جلال تیموری و با بازی فرزین محدث، علی حیدری و سارا بهرامی اجرا می‌شود.

«جیب‌های پر از نان» از روز جمعه ۱۵ تیر به صحنه می‌آید. اجرای این اثر نمایشی، ۱۱:۱۵ و مدت زمان اجرای آن ۶۵ دقیقه است.

جلیلی در حاشیه جلسه هیات دولت:

سوالات مناظره صریح، روشن و مستند به اظهارات نامزدها و اطرافیان‌شان بود



پیمان جبلی، رئیس صداوسیما درباره مناظره دوم دو نامزد راه یافته به دور دوم انتخابات ریاست جمهوری پاسخ داد.

پیمان جبلی رئیس سازمان صداوسیمادر حاشیه امروز هیئت دولت گفت:سوالات مناظره صریح و روشن و مستند به اظهارات نامزدها و اطرافیان‌شان بود. حتماً قضاوت مردم می‌کنند، متفاوت خواهد بود.

رئیس سازمان صداوسیماپیرامون پخش سریال مختارنامه عنوان کرد:«مختارنامه» و«شب دهم» جزو درخواست‌های همیشگی مردم است و ما هم به آن احترام می‌گذاریم و امسال هم سریال مختارنامه را در ایام محرم پخش می‌کنیم.

معرفی ویژه برنامه‌های تلویزیون برای روز انتخابات

شبکه تهران سیما با استقرار دو پایگاه تلویزیونی در مسجد الرسول (ص) نازی آباد و مسجد فاطمه الزهرا (س) شهر ری، قاب های ماندگاری از حماسه حضور مردم شریف استان تهران در پای صندوق های رای را تقدیم می کند. زینب پورابراهیم، هومن ستوده، مرتضی پرنیان و صدیقه مرادی مجریان مستقر در پایگاه نازی آباد مسجد الرسول (ص) شبکه تهران هستند که در کنار حضور پرشکوهِ و پرشور شهروندان گزارش های متنوعی از برگزاری انتخابات و رای دهی مردم شریف تهران را تقدیم مخاطبان خواهند کرد. اما ابوالفضل اپاتانو و محدثه صارمی به عنوان مجریان شبکه تهران در پایگاه مسجد فاطمه الزهرا (س) شهر ری حضور خواهند داشت تا تازه ترین اخبار انتخاباتی را به سماع و نظر مخاطبان شبکه تهران برسانند. «پایتخت همدلی» در این دو پایگاه میزبان چهره های مختلف فرهنگی، هنری، ورزشی و دیگر اقشار مختلف جامعه خواهند بود تا گفتگوها و گزارش های متنوع انتخاباتی را تقدیم بینندگان جان نمایند. حضور خاله نرگس و عروسک های رنگین کمانی، اجرای گروه سرود، مسابقه و… بخش های کودکانه و تماشایی ویژه برنامه «پایتخت همدلی» است که در فواصل زمانی مختلف آنتن انتخاباتی شبکه پایتخت را رنگین کمانی می کند.بخش دیگر برنامه «پایتخت همدلی» با اجرای علی ترابی از استودیو بخش پایتخت شبکه تهران سیما روی آنتن می رود. در این قسمت ضمن گفتگو با میمانان های مختلف به صورت حضوری و تلفنی، در ارتباط زنده با عوامل برنامه «پایتخت همدلی»، فضای انتخاباتی استان و شهر تهران را درگیرنده های خانگی تماشایی می کند. همچنین قرار است در روز جمع‌های انتخاباتی استان و هوای انتخاباتی استان تهران، ارتباط های متعدد و زنده با سطح استان تهران و شهرستان های استان مثل ورامین، قرچک و پیشوا، شهریار، پردیس و … برقرار شود.

تیم گزارشی «در شهر» و «در استان» با حضور در شهرستان های استان تهران و محله های مختلف شهر تهران گزارش های ویژه ای از حضور مردم را در روز انتخابات به صورت زنده و مستقیم تقدیم نگاه مخاطبان می کند و قاب های ماندگاری را در تقویم انتخاباتی شبکه پایتخت ثبت خواهد کرد.
«آرمان ملت» شبکه افق در روز انتخابات
برنامه «آرمان ملت» از ساعت ۷:۳۰ تا ۲۴ به پوشش زنده انتخابات می پردازد. مجریان این برنامه آرام غفاریان، محمدرضا باقری، زهرا اعظمی و علیرضا مهرتافر با سه تیم اعزامی روی آنتن می رود.
شبکه سلامت و روز انتخابات
برنامه «مثبت سلامت» به صورت زنده ساعت ۹:۳۰ تا پایان رای گیری، حضور

روز انتخابات در شبکه سه

ویژه برنامه انتخابات «سلام بر ایران» شبکه سه از ساعت ۷:۰۰ تا پایان رای گیری، ارتباط مستقیم با شعب اخذ رای گیری دارد. دوربین های شبکه سه با حضور در مسجد نظام مافی جنت آباد، مسجد النبی هفت حوض و بهشت زهرا ی تهران حماسه حضور مردم را در روز جمعه ۱۵ تیر ماه روایت می کنند.

شبکه چهار در روز انتخابات

ویژه برنامه انتخاباتی شبکه چهار به صورت زنده از ساعت ۸ تا ۲۲ با ارتباط مستقیم با مراکز رای گیری به انعکاس حضور مردم می پردازد.

«نسیم آرای» شبکه نسیم در روز انتخابات
برنامه «نسیم آرای» به صورت زنده در روز جمعه ۱۵ تیر با انعکاس حضور مردم در انتخابات روی آنتن شبکه نسیم می رود. این برنامه با اجرای محمدرضا محبی و پرمah عمرانی از ساعت ۸:۰۰ پخش می شود.

«دوربین هفت» و «مثبت آموزش» پایه پای انتخابات در شبکه آموزش
شبکه آموزش جمعه ۱۵ تیر همزمان با روز انتخابات، همراه مخاطبان خواهد بود و صحنه‌های حضور ملت ایران را از قاب برنامه های «مثبت آموزش» و «دوربین هفت» به تصویر می کشد.

«آرمان» شبکه قرآن و معارف سیما در روز انتخابات

ویژه برنامه انتخاباتی «آرمان» از ساعت ۸:۰۰ جمعه ۱۵ تیر تا پایان رای گیری از پایگاه تلویزیونی شبکه قرآن و معارف سیما مستقر در امام زاده صالح (ع) تهران روی آنتن می‌رود.

حضور ماندگار در پایتخت همدلی

برنامه زنده «پایتخت همدلی» در دو نوبت پنج شنبه ۱۴ تیر ماه از ساعت ۲۱ شروع و تا ساعت ۲۴ ادامه خواهد داشت. این برنامه به همت گروه اجتماعی به صورت زنده و مستقیم با اجرای جمعی از مجریان برنامه «سلام تهران» (صاحبه عظیمی، هومن ستوده، محمدرضا سلمانی) روی آنتن می رود.

شبکه تهران با «پایتخت همدلی» میزبان چهره های مختلف فرهنگی، سیاسی، ورزشی و… خواهد بود که پیرامون موضوع انتخابات گفتگو می کنند. اجرای ترازه های حماسی و ملی یکی از بخش های تماشایی این برنامه است.

«پایتخت همدلی» روز جمعه ۱۵ تیر ماه همزمان با آغاز برگزاری دور دوم چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری از ساعت ۷:۳۰ صبح آغاز خواهد شد و در بخش ها و زمان های متنوع تا پایان ساعت رای گیری حماسه حضور ملت شرف ایران را به یادگار ثبت می کند.