



خبر

قدردانی آستان قدس از تلویزیون



مدیرعامل بقاع متبرکه و اماکن مذهبی آستان قدس رضوی با ارسال سیاس‌نامه‌ای از پخش ترتیل خوانی امامزاده حسین بن موسی‌الکاظم (ع) طیس، در شبکه‌های سراسری تقدیر و تشکر کرد.

به گزارش روابط‌عمومی معاونت سیما، سیدمحمدجواد رئوف سیدنژاد، مدیرعامل بقاع متبرکه و اماکن مذهبی آستان قدس رضوی با ارسال سیاس‌نامه‌ای از پخش ترتیل خوانی امامزاده حسین بن موسی‌الکاظم (ع) طیس در شبکه‌های سراسری تلویزیون تقدیر و تشکر کرد.

در این سیاس‌نامه که برای محسن عرفاتی، سرپرست شبکه قرآن و معارف و نماینده شورای معارف سیما صادر شده، آمده است: قدم نهادن در مسیر خدمتگزاری به ساحت مقدس قرآن کریم و اهل بیت عصمت و طهارت (ع) در ماه ضیافت الهی، سعادت است بی‌بدیل که اگر با یکیمیای اخلاص همراه گردد، به‌حق نور است و مقصود آن‌گاه که جاده‌های اشتیاق‌تمنای باران حضور و خدمت دارند، جرعه‌نوشی در محضر کلام وحی و در شعاع تابناک خورشید ملکوت هشتم و برادر بزرگوارشان حضرت حسین بن موسی‌الکاظم (ع) طعمی دلپذیر خواهد داشت.

خداوند سبحان را بر این نعمت شاکریم که توفیق حاصل شد در ماه مبارک رمضان، ماه بهار قرآن، ماه لیل‌القدر و پاک‌ی و تعالی انسان زیباترین جلوه‌های عبودیت و بندگی مهمانان ضیافت الهی در طیس گلشن، میقات الرضا، به‌طور زنده و بازپخش از شبکه‌های سراسری سیما در قالب برنامه آیین ترتیل جزءخوانی قرآن کریم «گلشن وحی» به‌تصویر کشیده شود.

در همین اساس حسب سخن گهربار مولایمان امام‌الرئوف علی بن موسی‌الرضا (ع) که می‌فرمایند «هرکس در مقابل خوبی مردم تشکر نکند، از خدای عزوجل تشکر نکرده است» لازم می‌دانیم از درایت، حمایت و اهتمام خالصانه جنابعالی و همکاران صدیق و تلاشگران صمیمانه تشکر و قدردانی نماییم.



کرده است.

همچنین علاقه‌مندان می‌توانند نرم‌افزار تلفن همراه ایرانصدا را برای سیستم عامل اندروید و iOS از نشانی: iranseda.ir به‌صورت رایگان دریافت کنند.

سرشار: دشمن تصمیم به جنگ مستقیم گرفته‌است

محمد سرشار، مدیر شبکه‌کودک سیما در گفت‌وگو با جام‌جم، با اشاره به این تصمیم اخیر دولت انگلیس در جهت برنامه‌سازی برای کودکان ایرانی می‌گوید: از سال ۹۰ نخستین شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان برای کودکان راه‌اندازی شد و در عرض چهار پنج ماه فعالیت‌شان را گسترده کردند. در واقع از آن زمان یک اتاق فکر تصمیم‌گرفته در حوزه کودک هم وارد‌شود و ماموریتشان این است که این پروژه را به هر شکلی شده جلو ببرند. این پروژه جلو آمد تا رسیدیم به سال ۹۴ که شبکه‌کودک تاسیس شد و تصمیم گرفت به صورت تخصصی برای مخاطبان کودک برنامه بسازد. شبکه‌کودک به مرور موفق شده و توانست به رقم بالای ۸۰ درصد در جذب مخاطبان برسد. از همان زمان بود که ریزش شبکه‌های فارسی‌زبان شروع شد؛ برخی شبکه‌ها تعطیل شدند و آنهایی که باقی مانده بودند هم ریزش جدی پیدا کردند. در واقع عملاً نگهداری این شبکه‌ها دیگر برای سفارش‌دهندگان به صرفه نبود. الان گام دوم شروع شده است؛ یعنی به جای این که جنگ نیابتی اتفاق بیفتد، خود انگلیسی‌ها از محل بودجه وزارت خارجه کشور شروع به پخش برنامه‌های کودک برای فارسی‌زبانان کرده‌اند. مدیر شبکه‌کودک می‌افزاید: نکته مهم این است که خود سازمان بی.بی.سی تجربه‌های مختلفی در برنامه‌سازی به زبان انگلیسی برای کودکان و خردسالان دارد. لذا آنها گام اول را در جذب کودکان ایرانی با دوبله برداشته‌اند، به احتمال زیاد در گام بعدی همان تولیدکنندگان را آموزش می‌دهند که برای مخاطبان فارسی‌زبان برنامه بسازند و در گام بعد. در صورت موفقیت، سراغ تاسیس شبکه‌ای مستقل خواهند رفت. در واقع در این مرحله خود حریف به میدان آمده است و دیگر خبری از حریفان ناشی نیست. حالا این شبکه از دانش برنامه‌سازی خودش در حوزه کودک بهره می‌جوید تا جبهه را پس بگیرد.

این مدیر دلیل این تصمیم انگلیسی‌زبانان را هم این‌طور ارزیابی می‌کند: طبیعتاً وقتی در جنگ‌های کوتاه‌مدت شکست می‌خورید، سعی می‌کنید به سراغ جنگ‌های بلندمدت بروید. یعنی روی آینده‌سازان کشور کار کنید و ذهن‌هایشان را استعمارزده بار بیاورید تا در بزرگسالی منویات شما را اجرا کنند. او در خصوص پیش‌بینی موضوعات و محورهایی که احتمالاً در این برنامه‌ها مورد اشاره قرار خواهند گرفت هم می‌گوید: مهم‌ترین حوزه مورد اشاره انگلیسی‌ها، حوزه سبک زندگی است. یعنی به سراغ اصول و عقاید و ریشه‌های فرهنگی به‌صورت مستقیم نمی‌روند، چون می‌دانند که این موضوعات هزینه‌های زیادی دارد و مخالفت‌های عمومی را در پی می‌آورد. لذا آنها از حوزه مصنوعات و رفتارها و جلوه‌های بیرونی فرهنگ جلو می‌آیند و با تغییرات نرم، به صورت تدریجی و درازمدت جلو خواهند آمد؛ در این صورت است که موفق خواهند بود.

سرشار به وضعیت امروز شبکه‌کودک سیما و اقداماتی که این شبکه باید در جهت مقابله با شبکه‌های فارسی‌زبان ماهواره‌ای اتخاذ کند هم اشاره و خاطرنشان می‌کند: مهم‌ترین اقدام ما در درازمدت، افزایش سواد رسانه‌ای خانواده‌هاست و هرچقدر در این زمینه جلو بیاایم، خانواده‌ها قادر می‌شوند از خودشان دفاع کنند. این اصولی‌ترین کار است. طبیعتاً حرکت در این حوزه، مسأله‌ای زمانبر و تدریجی است. همه باید به هم کمک کنند و این فقط کار سازمان صدا و سیما نیست؛ وزارت آموزش و پرورش، وزارت ورزش و جوانان و همه باید دست به دست هم دهند تا توانمندسازی اتفاق بیفتد. کار کوتاه‌مدت ما این است که اجازه ندهیم جذابیت‌های کوتاه‌مدت رسانه‌ای، توده مخاطبان را به آن شبکه‌ها جذب کند. به این فکر هستیم و رصد دقیق می‌کنیم و ان‌شاء... این تغییرات را روی آنتن هم خواهید دید. با این حال راه‌حل اساسی همان آموزش سواد رسانه‌ای است؛ وگرنه استراتژی‌های اتخاذ شده توسط شبکه کودک تا اینجا درست است.

و بدبینی‌هاست کاترینا پیش از آنکه داستانی درباره قتل باشد، درباره عشق است؛ عشقی پاک و سرشارکه به سرانجام نمی‌رسد و تحقیر می‌شود. کاترینا را با اجرا و خوانش یکی از بهترین گویندگان خبر سیما بشنوید.

ایرانصدا برای اولین بار روایت کتاب گویای خود را با صدای گویندگان خبر منتشر



جام‌جم، ورود شبکه خبری بی.بی.سی به حوزه برنامه‌سازی برای کودکان را بررسی می‌کند

جنگ در زمین بچه‌ها

این روزها مزمه‌های جدیدی در بحث جنگ رسانه‌ای از سوی جبهه دشمن به گوش می‌رسد. دشمنی که تا به اینجا هر چه از دستش برمی‌آمده، کرده و باز مغلوب ماجراست. اما او دست از تلاش و کوشش برنمی‌دارد و برای فتح به هر قیمتی که شده، می‌کوشد.

یکی از تازه‌ترین این اقدامات در جبهه جنگ رسانه‌ای، مزمه‌هایی از شروع برنامه‌سازی برای کودکان در شبکه ماهواره‌ای فارسی‌زبان بی.بی.سی است. شبکه‌ای که تا اینجا فعالیت‌های خود می‌کوشیده به درون ذهن‌های جوانان و خانواده‌ها نفوذ کند و این روزها، جاه‌طلبانه، به جست‌وجوی تسخیر ذهن کودکان هم برآمده است. این‌طور که می‌شود حدس زد، تلاش برای پخش برنامه‌های تلویزیونی برای کودکان تازه مرحله اول از این جنگ است و درواقع آزمون و خطایی است تا احتمالاً خیلی زود و در صورت موفقیت به احداث شبکه‌ای مستقل ویژه مخاطبان کودک منجر شود. جام‌جم در گفت‌وگو با محمد سرشار، مدیر شبکه‌کودک به تحلیل این اقدام و تبعات آن می‌پردازد.

سارا سلطانی
رسانه

یکی از تازه‌ترین این اقدامات در جبهه جنگ رسانه‌ای، مزمه‌هایی از شروع برنامه‌سازی برای کودکان در شبکه ماهواره‌ای فارسی‌زبان بی.بی.سی است. شبکه‌ای که تا اینجا فعالیت‌های خود می‌کوشیده به درون ذهن‌های جوانان و خانواده‌ها نفوذ کند و این روزها، جاه‌طلبانه، به جست‌وجوی تسخیر ذهن کودکان هم برآمده است. این‌طور که می‌شود حدس زد، تلاش برای پخش برنامه‌های تلویزیونی برای کودکان تازه مرحله اول از این جنگ است و درواقع آزمون و خطایی است تا احتمالاً خیلی زود و در صورت موفقیت به احداث شبکه‌ای مستقل ویژه مخاطبان کودک منجر شود. جام‌جم در گفت‌وگو با محمد سرشار، مدیر شبکه‌کودک به تحلیل این اقدام و تبعات آن می‌پردازد.

شروع یک ماجرا

چندی پیش ایمان بشری با حضور در یکی از بخش‌های خبری بی.بی.سی فارسی با اعلام خبر تدارک برنامه‌ای در این شبکه برای مخاطبان کوچک از هدف خود چنین گفت: همان‌طور که می‌دانید، طیف مخاطبان ما در شبکه بی.بی.سی همیشه جوانان و بزرگسالان بوده‌اند؛ به همین دلیل تصمیم گرفتیم کودکان را هم به این جمع اضافه کنیم و این برنامه تلویزیونی که «قدونیم‌قد» نام دارد را برای بچه‌ها تدارک دیدیم. قدونیم‌قد از پنج قسمت تشکیل شده است و این روزها مشغول انجام مراحل دوبله‌اش هستیم.

او با اشاره به موضوعات این مجموعه پنج قسمتی هم توضیح داد: برایمان این مهم بود که برنامه‌مان فقط از جنبه سرگرمی نباشد و بیشتر

خارجه # انگلیس، در # بی-بی-سی فارسی برنامه‌هایی را برای کودکان پخش کند. این اقدام سازمان دولتی بی.بی.سی علیه ایران سه جنبه دارد: شبکه‌های فارسی‌زبان کودک در جذب مخاطب شکست خورده و در سه سال اخیر، دچار ریزش شدید مخاطب شده‌اند. آن‌گونه که با موفقیت‌های شبکه‌کودک سیما، سردمدار این جنگ نیابتی یعنی # جم-جونیور، یک ریزش ۹ درصدی مخاطب را تجربه کرده. (اینجا فرصت مناسبی برای شرح این رویارویی پنهان نیست)

جنگ دشوارتری در پیش است.

بخش کودک بی.بی.سی فارسی حریف قدری برای شبکه‌کودک خواهد بود؛ چرا که روی یکی از بزرگ‌ترین و قوی‌ترین آرشپوهای برنامه‌سازی کودک دنیا - یعنی سی.بی.بیز (خردسال) و سی.بی.بی.سی (کودک)، نشسته و با دوبله این گنج بزرگ، سال‌ها تجربه آنها را با خود حمل می‌کند.

راه‌اندازی بخش کودک مقدمه راه‌اندازی شبکه بی.بی.سی کودک فارسی‌زبان خواهد بود و این جنگ نرم رسانه‌ای علیه کودکان ما، ابعاد وسیع‌تری پیدا خواهد کرد. به یاری خداوند ما در شبکه‌کودک در کنار خانواده‌ها برای این جبهه جدید آماده خواهیم شد. امیدوارم بزرگانی هم که باید پشتیبان مجاهدان فرهنگی و والدین خط مقدم این نبرد باشند، حمایت‌های خود را بسیار بیشتر کنند.

آموزشی باشد.

به همین علت مثلاً در یکی از این پنج قسمت، موضوع کلینیک حیوانات را داریم. یک کلینیک است که از چند دامپزشک تشکیل شده و هر هفته خانواده‌هایی برای درمان حیوانات خانگی‌شان به آنجا مراجعه می‌کنند.

نقدهای مدیر شبکه‌کودک

به دنبال انتشار این خبر و اعلام تصمیم بی.بی.سی در خصوص برنامه‌سازی برای کودکان محمد سرشار، مدیر شبکه‌کودک سیما در صفحه شخصی خود در اینستاگرام به این خبر واکنش نشان داده و با انتشار بخشی از ویدئوی آن برنامه نوشت:

روبا پیر این بار خودش وارد جبهه هجمه فرهنگی به کودکانمان شده و قرار است با بودجه وزارت

ایران کالا تفاهم‌نامه همکاری امضا کرد



تولیدکننده صنایع‌دستی است. وی افزود: صنایع‌دستی در کنار بومگردی باعث مهاجرت معکوس به روستاها شده و در حال حاضر افراد بسیار زیادی در این حوزه مشغول فعالیت هستند. معاون صنایع‌دستی کشور با اشاره به نامگذاری اسمالز از سوی رهبر معظم انقلاب با عنوان سال رونق تولید گفت: به تعبیر ما صنایع‌دستی، ایرانی‌ترین کالای تولیدی است و حمایت از صنایع‌دستی در سال رونق تولید بیش از پیش اهمیت می‌یابد.

وی افزود: حمایت رسانه‌ها از جمله رسانه ملی و معرفی این هنر. صنعت می‌تواند منجر به حمایت‌های بیشتر از صنایع‌دستی، هنرمندان این حوزه و تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان شود و به معرفی هرچه بیشتر صنایع‌دستی کمک کند.

معرفی و تبلیغ صنایع‌دستی و هنرهای سنتی با ساختار مستند، حمایت از هنرمندان و صنعتگران در سطح کشور و همکاری در بازاریابی و فروش تولیدات صنایع‌دستی و هنرهای سنتی در فضای مجازی و فروش تلویزیونی و پوشش رسانه‌ای اخبار و رویدادهای حوزه صنایع‌دستی موضوع تفاهم‌نامه همکاری معاونت صنایع‌دستی با شبکه تلویزیونی ایران کالااست.

شبکه تلویزیونی ایران کالا و معاونت صنایع‌دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری کشور در آخرین روز از هفته صنایع‌دستی که روز تولید ملی و افتخار جهانی نام دارد، تفاهم‌نامه‌ای امضا کردند. به گزارش جام‌جم، اردشیر زابلی‌زاده، مدیر این شبکه و رئیس کمیته ارتباط با تولیدکنندگان و کارآفرینان رسانه ملی با اعلام آمادگی شبکه ایران کالا برای حمایت از هنرمندان صنایع‌دستی در سال رونق تولید گفت: یکی از دغدغه‌های رهبر معظم انقلاب حمایت جدی از تولید است. لذا با توجه به تاکید دائمی رهبر در سال‌های اخیر بر اقتصاد مقاومتی، باید از صنایع‌دستی به عنوان یکی از مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی حمایت نموده و این هنر زیبا را معرفی کرد. ما نیز امیدواریم بتوانیم در رسانه ملی تبلیغات امیدبخشی از صنایع‌دستی داشته باشیم.

رئیس کمیته ارتباط با تولیدکنندگان و کارآفرینان رسانه ملی افزود: به دستور رئیس سازمان صدا و سیما، کمیته ارتباط با تولیدکنندگان و کارآفرینان و نیز ستاد رونق تولید در این سازمان تشکیل شده و با توجه به ظرفیت‌های موجود در صنایع دستی، می‌توان در خصوص معرفی و حمایت از صنایع‌دستی در این کمیته و ستاد، برنامه‌ریزی‌های خوبی انجام داد و علاوه بر شبکه ایران کالا که بیشترین نقش را در اطلاع‌رسانی تولید در کشور دارد، از ظرفیت سایر شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی نیز استفاده کرد. مدیر شبکه ایران کالا با اشاره به تولید مسابقه‌ای در راستای حمایت از تولید ملی در این شبکه گفت، «ایرونی جات» یک مسابقه بزرگ و پرهیجان با هدف حمایت از تولید ملی است که در آن می‌توان از ظرفیت‌های صنایع‌دستی نیز استفاده و محصولات و رشته‌های مختلف آن را معرفی کرد؛ البته نمونه خارجی برنامه نیز موجود است.

پویا محمودیان نیز در جلسه امضای تفاهم‌نامه همکاری بین معاونت صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری و شبکه تلویزیونی ایران کالا گفت: ایران با دارا بودن هشت شهر و دو روستای جهانی صنایع دستی، رتبه اول ثبت شهرها و روستاهای جهانی صنایع دستی را دارد؛ در حالی که کشور ما از نظر تنوع، سومین کشور