

محمدزاده پاسخ داد؛

مخاطب رادیو کمتر شده است؟

مدیر رادیو ایران در پاسخ به پرسشی درباره افت میزان مخاطبان رادیو، ضمن تأکید بر کاهش نیافتن مخاطبان، از افزایش مخاطب رادیو در قالب برنامه‌هایی‌مانند «رادیونما» خبر داد.

محمدجعفر محمدزاده درباره این که چه برنامه‌های جدیدی را برای مخاطب در نظر گرفته‌اند، با اشاره به بخش برنامه‌های سابق به مهر گفت: بخش برنامه «صبح جمعه با شما» بعد از ماه صفر آغاز شده است. همچنین برای بخش برنامه «کوی نشاط» نیز با قدرت برنامه‌ریزی شده است.

وی ادامه داد: برنامه «یک دو صدا» در فصل جدید به موسیقی و ترانه‌های می‌پردازد و شرکت‌کنندگان در سه بخش ترانه سرایی، خوانندگی و آهنگسازی به رقابت می‌پردازند. همچنین محمدرضا چراغعلی، سعید بیانکی و علیرضا افتخاری داوران این برنامه هستند.

محمدزاده با اشاره به رویکرد شبکه برای برنامه ریزی روی چند برنامه اصلی شبکه توضیح داد: ما چهار برنامه را به عنوان آثار شاخص انتخاب کرده‌ایم که می‌خواهیم سطح آنها را از نظر کیفی ارتقا دهیم. یکی از این برنامه‌ها «نمودار اقتصادی» است که با توجه به وضعیت اقتصادی کشور نیاز است جدی‌تر به برنامه‌های اقتصادی ورود کنیم. برنامه بعدی «کافه هنر» است که به رویدادهای فرهنگی و هنری سطح کشور می‌پردازد و مورد استقبال هم قرار می‌گیرد و ارزیابی‌ها نشان می‌دهد جزو برنامه‌های سطح اول است که مخاطب آنها را پیگیری می‌کند.



مدیر رادیو ایران در ادامه عنوان کرد: برنامه دیگر رادیو ایران «پارسی‌گویان» است که به زبان فارسی و هویت ملی ایران می‌پردازد و مخاطبان آن علاوه بر ایران، فارسی‌زبان کشورهای دیگر هم مورد نظر هستند. وی در واکنش به این پرسش که چرا به رغم آمارها و نظرسنجی‌ها، شبکه‌های رادیویی با کاهش مخاطب و افت برنامه‌های جذاب مواجه شده‌اند، تصریح کرد: ما دو گونه ارزیابی داریم که یک مورد ارزیابی‌های رسمی مرکز تحقیقات صداوسیماست که طبق آن با کاهش مخاطب مواجه نیستیم. ممکن است در فصل‌های مختلف این مخاطب کمی کاهش یا افزایش پیدا کند اما شاخص نمودار کلی این مخاطبان تغییر چندانی ندارد. مدیر رادیو ایران در واکنش به افت کیفی برنامه‌های رادیویی نیز عنوان کرد: از آنجا که عوامل برنامه‌ها و خود برنامه‌ها به مرور زمان دچار تغییر می‌شوند ممکن است برنامه‌ها هم در طول زمان با نوعی تغییرات همراه باشند و در یک فصل ضعیف‌تر یا مورد توجه‌تر باشند. رادیو مخاطب ثابت و پایداری دارد و پایداری مخاطب رادیو از رسانه‌های دیگر بیشتر است چون امکان دسترسی به رادیو برای قشرهایی از جامعه تغییری ندارد. برای مخاطبی که در ماشین و اتوبوس و برخی از نهادها هستند رادیو بهترین رسانه است و حتی ظرف یک سال گذشته به مخاطبی که از رادیو نما استفاده می‌کند، اضافه شده و مخاطبی پی برده است که می‌تواند از تلویزیون هم برای شنیدن رادیو استفاده کند.

یادداشت

آغاز گام دوم انقلاب در توسعه فناوری رسانه

ادامه از صفحه ۵

که تحقق جامعه اطلاعاتی بومی را در کشور ما میسر کرده و نتایج آن همچون نسل جدید تلویزیون دیجیتال، توسعه مراکز داده، توسعه خدمات نوین رسانه‌ای، فناوری‌های نوین ماهواره‌ای و ارتباطی و شناختی، توسعه FM جاده‌ای، فناوری‌های نوین ماهواره‌ای، پروژه‌های نوین هوشمندسازی در تمامی زیرساخت‌ها، اعم از سخت‌افزاری و خدمات محور، تغییر فرمت‌های تولید و پخش، می‌تواند سازمان صدا و سیما را در مسیر تحول رسانه‌ای، مقتدرتر و کارآمدتر کند.
دستاوردی که می‌توان با تکیه بر آن، آینده درخشان‌تری را برای مردم ایران متصور شد و ساخت.

«دبیرستان خضرا» در آی فیلم ۲

شبکه آی فیلم ۲ مخاطبانش در افغانستان و تاجیکستان را به تماشای مجموعه تلویزیونی «دبیرستان خضرا» دعوت می‌کند.

به گزارش جام جم، پخش مجموعه دبیرستان خضرا به‌کارگردانی اکبر خواجویی از پنجشنبه ۳۰ آبان در کانال آی‌فیلم ۲ آغاز می‌شود. این مجموعه در سال ۷۴ از



مدیران صداوسیما در گفت‌وگو با جام جم از برنامه‌های سازمان برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی می‌گویند

رسانه تولید ملی

در شرایطی که دشمن تلاش کرده با استفاده از تحریم‌های اقتصادی، مردم را در شرایط سختی قرار دهد تولیدکنندگان داخلی در صف مقدم مبارزه با جنگ اقتصادی هستند و حمایت از آنها، می‌تواند موجب کاسته شدن از اثرات تحریم‌های ناجوانمردانه دشمن بر مردم شود. یکی از مهم‌ترین بخش‌هایی که می‌تواند در این شرایط هم از تولید ملی حمایت کند و همزمان فرهنگ استفاده از تولید داخلی را ارتقا دهد، رسانه است. رسانه‌ها با قدرت اقناعی خود در شرایطی که همه‌توان بیگانگان بر نایود کردن اقتصاد ایران قرار گرفته است می‌توانند با پرداختن به نقاط قوت

تولیدکنندگان داخلی و نمایاندن چالش‌های بر سر راه آنها، گام موثری در مسیر ناکامی دشمنان بردارند. رهبر معظم انقلاب در سخنرانی دو روز پیش خود در جمع تولیدکنندگان داخلی به این مهم اشاره داشتند و از رسانه‌ها خواستند به موفقیت‌های تولیدکنندگان داخلی بپردازند. به سراغ تعدادی از مدیران رسانه ملی رفتیم و از آنها در مورد اقداماتشان برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی پرسیدیم.



علیرضا ملوندی

رسانه



به رسانه‌ها توصیه می‌کنم...

رهبر معظم انقلاب در دیدار تولیدکنندگان داخلی گفتند:

من به رسانه‌ها توصیه می‌کنم این موقیت‌ها را منعکس کنند.

رسانه‌ها روی بعضی از دلسوزی‌های بعضی از اشکالات را منعکس میکنند؛ خیلی خب، عیبی ندارد، اشکالات را هم منعکس کنند که مسئولین اگر تلویزیون تماشا می‌کنند، بفهمند که اشکالات کجاست؛ لکن در کنار آن، موفقیت‌ها را بگویند.

این کارهایی که در زمینه نفت شده، در زمینه آب‌زبان شده، در زمینه کارهای شیمیایی شده، اینها را منعکس کنند، بگویند به مردم، جوانها بفهمند، ظرفیت‌های گوناگون فراوانی را که در سطح کشور وجود دارد معرفی کنند که کسانی که استعداد دارند، آماذگی دارند، بروند دنبال اینها. البته مطالبات منطقی فعالان اقتصادی را هم دنبال کنند که

جزئیات «خدمات رایگان» برای تولیدکنندگان داخلی

عباس مهدوی مهر، مدیرکل بازرگانی رسانه ملی در گفت‌وگو با جام جم، جزئیات طرح‌های حمایتی رسانه ملی از تولیدکنندگان را به شرح زیر تشریح کرد:

از سال ۹۶ تا ۹۸ به تعداد نیروی انسانی، هر تولید کننده ایرانی که در ایران تولید می‌کند تبلیغات رایگان شامل حالش می‌شود. یعنی آن دسته از تولیدکنندگان کشور که پرداخت بیمه نامه برای نیروی انسانی بیاورند به تعداد نیروی انسانی که دارند ما تبلیغات رایگان داریم.

در سال ۹۸ بر اساس میزان پرداخت حقوق تا سقف

۲۰ میلیارد تومان تبلیغات رایگان داریم. همچنین برای کالای خارجی که مشابه ایرانی داشته باشد، مطلق تبلیغ نمی‌کنیم.

اگر کالایی نداشته باشیم با ضریب ۳ و اگر تحت لیسانس باشد و در ایران تولید شود، باز هم با ضریب تولید خواهد شد. ضمن این‌که بسته‌های حمایتی از

تولیدکنندگان داخلی داریم که ضوابط آن به صورت کامل در وب سایت اداره کل بازرگانی موجود هست.

۱۱ تا ۲۲ بسته داریم که طی دو تا سه سال اخیر انجام شده است. علاوه بر آن این شامل حال بخش‌های دولتی نمی‌شود و فقط بخش‌های خصوصی را در بر می‌گیرد.
اواخر بهمن و اسفند هم بسته‌های حمایتی داریم که ضوابط آن جواترها برنامه تولید می‌کنیم و یا آن برنامه‌هایی را که تولید کرده ایم، ادامه می‌دهیم. ضمن این‌که علت تعطیل شدن برخی کارخانه‌ها را نیز بررسی می‌کنیم تا بتوانند دوباره آنها را راه اندازی کنند.
از طرفی کارخانه‌هایی هم که کار می‌کنند و رونق دارند اما موانعی را بر سر راه خود دارند، با تولید کنندگان‌شان صحبت می‌کنیم تا از موانع پیش رویشان باخبر شویم و با مسئولان دست اندرکار طرح موضوع می‌کنیم که بتوانند صدایشان را برای رفع موانعشان به مسئولان برسانند. البته وظیفه ایران کالا از ابتدا همین بوده که در جهت حمایت از تولیدکنندگان کار کند و امتیازاتی را هم در این زمینه برایشان قائل شده ایم. به عنوان مثال پخش بالای ۴۰ بار از هر کدام از این تولید کنندگان صنایع کوچک و همچنین رقم پایینی برای تولید کنندگان بزرگ‌تر. البته برنامه‌هایی هم هستند که در این زمینه در حال پخش هستند و ما آنها را تقویت می‌کنیم، ضمن این‌که برنامه‌هایی هم برای تقدیر از تولیدکنندگان برتر داریم.

صدای تولید کنندگان را به گوش مسؤولان می‌رسانیم

دکتر اردشیر زابلی زاده مدیر شبکه ایران کالا :



فلسفه راه اندازی شبکه ایران کالا از همان ابتدا حمایت از تولیدکنندگان در چارچوب اقتصاد مقاومتی و ایجاد نشانه‌های تجاری یا ساماندهی و با توجه به شعار امسال هم رونق تولید را در دستور کار خود دارد. در این چارچوب شبکه ایران کالا برنامه‌های متعددی را در گونه‌های مختلف تلویزیونی طراحی کرده که بتواند منویات حضرت آقا را تحقق ببخشد. به همین خاطر از زندگی خیلی از کارآفرینان کشور چه قدیمی‌ترها و چه

از مشاغل خانگی حمایت می‌کنیم

محمد رضا جعفری جلوه؛ مدیر شبکه دو:

مهم‌ترین برنامه‌ای که مدت‌هاست در این زمینه در شبکه دو به شکل محوری در بازتاب دادن مباحث مربوط به اقتصاد مقاومتی، تولید ملی و رونق تولید و کارآفرینی به ویژه در حیطه مشاغل خانگی فعال است، برنامه «زن‌ده باد زندگی» است که هر روز نیمروز از این شبکه پخش می‌شود. این برنامه مباحث متنوعی را داشته و افراد گوناگونی از مردم به این برنامه آمده‌اند و به خصوص درباره مشاغل‌ای که به

صورت خانوادگی می‌توان کار

کرد در این برنامه صحبت شده است. به هر حال ما شبکه‌ای هستیم که خانواده محوری و مباحث خانوادگی جزو اولویت‌هایمان است. حتی ورودمان به موضوعات دیگر هم قدری خانواده محور است. البته به جز «زن‌ده با زندگی»

شبکه دو سیمای جمهوری اسلامی ایران پخش شد و بازیگرانی همچون آریتا حاجیان، نیکو خردمند، آریتا لاجینی، آناهیتا همتی، مریلا زارعی، ابراهیم آپادی، رحمان مقدم، مهوش وقاری، سعید امیرسلیمانی، پری امیرحمزه و ... در آن ایفای نقش کرده‌اند. در خلاصه داستان این سریال آمده است: خانم معتمدی دبیر

پرورشی آموزش و پرورش در حکم جدیدش مأمور می‌شود به دبیرستان خضرا برود تا ادامه خدمتش را آنجا بگذراند اما این دبیرستان... سریال دبیرستان خضرا هر روز ساعت ۴ عصر به وقت تهران از شبکه آی فیلم ۲ پخش می‌شود.



دولتی‌ها توجه کنند.

خارجی‌ها می‌آیند پول‌های کلان می‌آورند، سی میلیون دلار می‌آورند داخل و جنس خودشان را تبلیغ می‌کنند به وسیله مثلاً صدا و سیمای جمهوری اسلامی. وقتی که این عرضه مشتری پیدا کرد، قیمت می‌رود بالا، قیمت که رفت بالا آن وقت این تولیدکننده داخلی هم که می‌خواهد برود صدا و سیما، باید همان پول را بدهد، و نمی‌تواند بدهد.

توصیه بنده این است: من نمی‌گویم آن سی میلیون دلار را نگیرند؛ آن را بگیرید، هر چه می‌توانید بیشتر هم بگیرید؛ اما فرق بگذارید، تعرفه‌ها را با حساب و کتاب قرار بدهید؛ برای تولیدکننده خارجی یک تعرفه قرار بدهید، برای تولیدکننده داخلی یک تعرفه دیگر قرار بدهید؛ یعنی کاری نکنید که تولیدکننده داخلی نتواند نشان خودش را در کشور ترویج کند.



هم در سایت موجود است.

در مجموع ما طبق فرمایشات رهبری عمل می‌کنیم و ضریب تعرفه تبلیغات کالاهای ایرانی با کالاهایی که تحت لیسانس در ایران تولید می‌شوند، متفاوت بوده است.

حمایت از تولیدکنندگان داخلی استان‌ها

فرشید شکبیا، قائم مقام مرکز سیمای استان‌ها:

امسال که شعار سال مبنی بر رونق تولید اعلام شد، معاونت امور استان‌ها ستاد رسانه‌ای رونق تولید را شکل داد و جلسات مستمر با حضور مدیران کل و معاونان صدا و سیمای مراکز و مدعوین از استان‌ها برگزار و برنامه‌های رونق تولید سیاست گذاری شد. از دیگر اقدامات برگزاری جلسات هم اندیشی با تولیدکنندگان داخلی استانی و نخبران استانی به منظور بررسی ظرفیت‌های تولیدی استان‌ها، شناسایی گلوگاه‌ها، تنگناها، مسائل و مشکلات تولیدی استان‌ها در دستور کار قرار گرفت. تشکیل شورای سوه‌زایی و توجه برنامه سازان مراکز در خصوص رونق تولید و بررسی راهکارهای برنامه سازی در برنامه‌های روتین و ویژه برنامه‌ها از اقدامات دیگر در مراکز استان‌ها بود. استفاده و جهت دهی پژوهش‌های مراکز و بهره‌گیری منابع تحقیقاتی مراکز دانشگاهی با موضوع رونق تولید، کمک به اجرایی شدن سند توسعه استان‌ها با معرفی پتانسیل‌های موجود در بخش‌های مختلف از جمله کشاورزی، صنعتی، گردشگری، ترویج، تبلیغ، سرمایه گذاری مردمی و ... از دیگر برنامه‌هایی است که انجام شده است. همچنین در روستاها خانه بوم گردی که ظرفیت داشته‌اند را کمک‌دریم تا معرفی شده و ایجاد شغل شود. تهیه مستندهایی از کارآفرینان نمونه، برگزاری مسابقه مردمی و عکس‌های آموزشی با موضوع رونق تولید از طریق فضای مجازی و رادیو نما در رادیو و تلویزیون یکی از کارهایی است که انجام شده است. پوشش‌های اجتماعی راه اندازی کردیم که در آن استفاده از کالاهای داخلی را ترویج داده‌ایم و اعلام می‌کنیم که باید از سرمایه داخلی حمایت کرد. از مشاغل و هنرهای خانگی هم برنامه‌هایی همچون سرپناه و ... تولید کرده ایم. معرفی تولیدکنندگان داخلی، کارآفرینان نمونه، ترغیب جوانان به کارآفرینی با الگوهای صحیح، مبارزه با قاچاق کالا و حمایت کالای ایرانی از قالب برنامه‌هایی همچون از خودت بختر مرکز فارس شناختی شدند.

در برنامه‌های کودک هم آموزش می‌دهیم که چطور بچه‌ها از کالاهای داخلی استفاده کنند. تهیه نماهنگ با موضوع رونق تولید همچون بهار تولید در خراسان شمالی و فصل پنجم در خراسان رضوی از دیگر اقدامات بود. برنامه‌های کوتاه آموزشی با موضوع کسب و کار نو و تهیه موشن گرافیک با محوریت رونق تولید هم انجام شده است.

