

ضرورت سفر به کھکشان گوتنبرگ

ادامه از صفحه ۵

آنها به آرامی به فرهنگ کتابخوانی و روزنامه‌خوانی روی می‌آورند. مخالف جمعی و شفاهی که غالباً به تکرار خاطره‌های گذشته می‌گذرد، کاهش می‌یابد.

مردم این کهکشان از روزنامه‌ها و کتاب‌های مکتوب و کاغذی در بازارهای زمانی چند دهه‌ای به خوبی بهره‌مند می‌شوند، جامعه‌ضمن برخورداری از رشد سواد عمومی، با خلقيات جدید آشنا شده و نقد به عنوان دستاوردهای عظيم اين کهکشان به پيشيرفت‌هاي عظيم تكنولوژيك و سياسي، اقتصادي و فرهنگي کمك مي‌کند. درست در نقطه مقابل کشورهای جهان سوم که از اين امتياز تاریخي محروم شده‌اند، به آن اندازه از توسعه‌يافتگي دست نمي‌يابند و به جاي آن درگير ستير فرهنگ گذشته و مدرن مي‌شوند. هر جامعه‌اي که روزگر اين تضاد را با سرانگشت نخبگان و تحليلگران خود حل کند آسوده تر به مسیر پيشيرفت دست می‌يابند.

﴿ ۳ ۳ ﴾
اردکانی:
یک معنی
چابکسازی
می‌شود این که
سازمان را کوچک
کرده و به سمت
خصوصی سازی
حرکت کنیم
و یک معنی دیگر
ین که فسادزدایی
را در دستور کار
قرار دهیم.
به هر حال تا وقتی
فسادزدایی نشود
هم در زمینه
تولید محظوظ هم
جذایت محصول
با مشکل مواجه
خواهیم بود

شنایی با اخلاق فردی در رادیومعارف

این کتاب از مطالعه چراغ مطالعه با معرفی کتاب اخلاق فردی مخاطبان خود را به مطالعه این کتاب اخلاقی منتسب می‌کند. همچنان که در مطالعه این کتاب اخلاقی فردی، مطالعه این کتاب فرامی‌خواهد.

برنامه چراغ مطالعه با معرفی کتاب اخلاق فردی مخاطبان خود را به مطالعه این کتاب اخلاقی منتسب می‌کند. همچنان که در مطالعه این کتاب اخلاقی فردی، مطالعه این کتاب فرامی‌خواهد.

در صدر صبر و آن کتاب به آن

برنامه چراغ مطالعه با معرفی کتاب اخلاق فردی مخاطبان خود را به مطالعه این کتاب اخلاقی منتسب می‌کند. همچنان که در مطالعه این کتاب اخلاقی فردی، مطالعه این کتاب فرامی‌خواهد.

تالیفات میثم قائمی و حمید رضا حق شناس است.

سازی و شرح
ست که در این

برنامه چراغ مطالعه به همت گروه معارف، فرهنگ و جامعه، ته
حسن توکلی زاده و اجرای علی فرحنک، شنبه تا دوشنبه ساعت
رادیو معارف روی آتن می‌رود.

A portrait of a middle-aged man with dark, wavy hair and a well-groomed beard and mustache. He is wearing a long-sleeved, button-up shirt with a blue and white plaid pattern. His right arm is raised, and he is pointing his index finger towards the upper-left corner of the frame. He has a slight smile on his face. The background is a blurred, artistic rendering of a snowy mountain range under a cloudy sky.

در گفت و گوی «جام جم» با جواد اردکانی مطرح شد

بەدنبال تولید کمدى پاک

باشد. قناری دومین فیلم اردکانی هرچند باز هم با محوریت کودکان ساخته شد، اما این بار در جغرافیای فلسطین روانی روایت می‌شده. بعد از یک فیلم کودک دیگر به نام سبیل مردوانه، جواد اردکانی در انتحاهی دهه ۸۰ فیلم‌های دفاع مقدسی به کودکی یاس و شور شیرین را با محوریت زندگی شهادی سرشناس چنگ تحمیلی ساخت.

آینه‌های نشکن و نوشدار و دمومجموعه تلویزیونی بود که اردکانی بعد از فاصله گیری از سینما آنها را ساخت؛ مجموعه‌هایی که مضامین متفاوت نظیر زندگی نیروهای جهادی و همچنین فعلان اثری هسته‌ای را به تصویر می‌کشید. با جواد اردکانی درباره نسبت خود با تلویزیون و برنامه‌هایش برای کار در رسانه‌های ملی گفت و گو کرده‌ایم.

جواد اردکانی از جمله کارگردانان داغده‌مندی است که کارش را زاویه دهه ۷۰ باسینema و حضور در تیم تولید برخی آثار انقلاب و دفاع مقدس و از جمله توNL، آخرین شناسایی و جای امن آغاز کرد و در میانه دهه ۷۰ به تلویزیون آمد و با ساخت جمیوعه کسب و کار آقای کفایت به دنبال آن غریبه و چه کسی به سرهنگ شلیک کرد؛ خود را به عنوان کارگردانی معرفی کرد که دلبسته تصویرسازی بالوده از زندگی خانواده‌های ایرانی است. اردکانی در انتحاهی دهه ۷۰ خستین فیلم سینمایی خود با نام چوری را ساخت؛ فیلمی در گونه کودک که سعی داشت امداد رنگ‌آلاخی با مقوله ارتباط فرزندان و والدین آشام خدادوست رسانه

این که بخواهیم از عرضه محصولاتمان در آن سوی مرزها به سودآوری برسیم خلی خوب است، اما واقعیت آن است که مگر در کل دنیا به لحاظ زبانی چند درصد فارسی زبان داریم که بخواهیم محصولاتمان را برایشان صادر کنیم. البته بازخی کشورها اشتراکات فرهنگی داریم که می‌توان از این اشتراکات برای عرضه محصولات استفاده کرد، ولی فارغ از اینها شرایط مشابه رسانه ملی را رسانه رسمی خلی از کشورهای دیگر هم دارد یعنی فقط برای این خاطر $\mu\mu$ فک، کنترل مانند.

هم آگاهی دارم، این که رسانه ملی رقیب دارد شکن نیست، اما رسانه ملی می‌تواند با کمی پریارتر شدن و تولید برنامه‌های جذاب‌تر و در کنارش کم کردن ضعف‌هایی که دارد برای کنار زدن رقیചیش تلاش کند.

تولید محصول جذاب به بودجه نیازدارد و آنچه بر رسانه ملی حاکم است کم بود بودجه است؛ بخصوص که هنوز توانسته ایم برای محصولات تولیدی مان بازاری در آن سوی آب‌های پیدا کنیم، با این حساب تولید محصول جذاب باعث می‌شود.

در گذرازدهه ۹۰ خورشیدی و در حالی که به ۱۴۰ نزدیک می‌شویم تا بیزیون رقبایی همچون ماهواره و فضای مجازی پیدا کرده است. با این حال همچنان رسانه ملی می‌کوشد جایگاه خود را در سرگرم‌سازی داشته باشد. به نظرتان راهی وجود دارد که بیش از پیش مخاطبان را به سمت این مدیوم آورد؟

من ماهواره ندارم و هیچ‌گاه هم علاقه‌ای به استفاده از ماهواره نداشتم، اما اضافی

جذب ری را سین سرده ایم و از دیگر راه را می بینیم.

چرا چهره‌های مشهور اعتبار دارند؟

و بالاتری است و این همان نکته‌ای است که حرف آنها به حرف بالهمیتی تبدیل می‌شود. طبیعی از مردم وقتی در سطح خجال زیست می‌کنند، باید توضیح داد که این تعبیر توهین‌آمیزی نیست، بلکه تعبیر فلسفی است و مراد دوگانه عقل و خیال است. خیال گذگاهی برای رسیدن به عقلانیت، ولی رهزن است و طیفی در آن باقی می‌مانند. لذا پشتونهای عقلی ماجرا از دست می‌رود و به آن توجه نمی‌شود. مهم این است که من این آدم را دوست دارم و با او خاطرات خوشی دارم، هر قدر هم از سوی او آسیب بینم، نمی‌توانم از او دست بکشم. می‌بینیم در دنیا واقعی که یک نفر از بازیگری خوشنی می‌آید و حتی از سوی او از آرداده می‌شود، ولی باور نمی‌کند که این همان چهره است و می‌گوید این فرد آن کسی نیست که من می‌شناسم. نمی‌خواهد چهره‌ای را که با آن زندگی می‌کند، تخریب کند و برای همین باور نمی‌کند. کار رسانه همین است که مردم را در فضای خیال انگیز سیر می‌دهد. چون عالم خیال مردم محدودیتی ندارد، پشتونهای خیال انگیز و محبت‌آمیز در میان مردم سبب می‌شود که رفتارهای متناقض از سوی افراد مشهور دیده نشود. این پشتونه راچون از دست نمی‌دهند و تا واقعیتی که دیده می‌شوند و رسانه دارند و در رسانه هستند، این پشتونه را برای خودش می‌دانند که حرف بزند و موضوع بگیرد. این دنبال کنندگان صفحات مجازی مانند پول داخل کارت اعتباری است، تازمانی که داخل کارت اعتباری جلوی اعداد صفر باشد، مابه خودمان اجازه می‌دهیم داخل هرفروشگاهی شویم و با هر شکلی که می‌خواهیم با فروشنده حرف مهم

می‌گویند

چهره‌های مشهور
پیامبران آخرالزمان
هستند، در عصری که مردم با افراد چهره و شناخته شده، انس ذهنی بیشتری دارند و نسبت به آنها اعتماد دارند و این اعتماد به شکلی است که خود مردم هم نمی‌دانند چیست؟ مثل این که در یک خیابان حرکت کنید که مغاره‌های مختلفی دارد، ولی شما شناختی از محصلاتی که عرضه می‌کنند، ندارید مگر آنها بیک که از قبل با آنها آشنا نیای دارید و می‌دانید. گیفت محصلات شان چطور است. در فضای رسانه هم همین موضوع صادق است که یک برنزینگ اعتمادساز در باره افراد مشهور صورت می‌گیرد.

دوستی که خودش چهره مشهور است، می‌گفت «خسته شدم از بس مردم درباره من اظهار نظر می‌کنم و حرف می‌زنند» گفتم: «بین، چهره‌های مشهور عضو خانواده مردم هستند، این است که برای یک اتفاق در خانه همه اعضای خانواده اظهار نظر می‌کنند. نمی‌شود وارد خانه ها شد، با مردم انس گرفت و عضو آنها باشی، ولی در باره تو اظهار نظر نکنند، تو دیگر باید بپذیری که عضو آن خانواده هستی!»

همان قدر که مردم از یک چهره مشهور پذیرش دارند، با او کارهای دارند و نسبت به رفتار او بی تفاوت نیستند. توهیمی که مردم نسبت به چهره‌های مشهور دارند، به خاطر این است که چون تصور می‌کنند آنها به علت ارتباط با طبقه‌های مختلف جامعه و احتمالاً ارتباط با منابع خبری، لزوماً حرف او حرف مهم

حجت الاسلام
مصطفی امینی خواه

برنامه ورزشی «ورزشگاه» همزمان با آغاز مسابقات جام ملت‌های آسیا ۲۰۱۹ امارات ۴ صورت و بیژه از ۱۵ دی آغاز شده است و به مدت یک ماه هر شب حوالی ساعت ۲۱ روی آنتن شبکه پنج سیما می‌رود.

به گزارش جام جم، این برنامه که به صورت و بیژه همزمان با جام ملت‌های آسیا به تهیه کنندگی پژمان ماندگاری و جرای علی انصاریان و مهدی واعظی روانه می‌شود، با آیتم‌های مختلفی همچون معرفی ستاره جام ملت‌ها، معرفی کشورهای شرکت‌کننده، برپونده کاپیتان‌ها، مریبان، دروازه‌بان‌ها، گزارش ارسالی از امارت و... تقدیم مخاطبان و علاقه‌مندان ورزش به و بیژه نوتبال دوستان خواهد بود.

حافظ کاظم زاده، گزارشگر اعزامی این بیژه برنامه به امارات است که آخرین ویدیوهای این جام را برای مخاطبان طلاع‌رسانی می‌کند. این برنامه همزمان با جام ملت‌های آسیا به مدت یک ماه هر شب حوالی ساعت ۲۲ پخش و بعد از پایان مسابقات به صورت هفتگی شبکه‌های روانه

A surrealist collage featuring a man in a dark suit and yellow striped shirt. Instead of a head, he has a vintage television set displaying a bright yellow and orange image. He is standing in front of a large, weathered Union Jack flag. The scene is filled with multiple smaller televisions showing various images like a beach and a city skyline. A bright blue, glowing cloud-like shape surrounds the man's torso. The overall aesthetic is a mix of 1970s design and digital imagery.

چرا چهره‌های مشهور اعتبار دارند؟

و بالاتری است و این همان نکته‌ای است که حرف آنها به حرف بالهمیتی تبدیل می‌شود. طبیعی از مردم وقتی در سطح خجال زیست می‌کنند، باید توضیح داد که این تعبیر توهین‌آمیزی نیست، بلکه تعبیر فلسفی است و مراد دوگانه عقل و خیال است. خیال گذگاهی برای رسیدن به عقلانیت، ولی رهزن است و طیفی در آن باقی می‌مانند. لذا پشتونهای عقلی ماجرا از دست می‌رود و به آن توجه نمی‌شود. مهم این است که من این آدم را دوست دارم و با او خاطرات خوشی دارم، هر قدر هم از سوی او آسیب بینم، نمی‌توانم از او دست بکشم. می‌بینیم در دنیا واقعی که یک نفر از بازیگری خوشنی می‌آید و حتی از سوی او از آرداده می‌شود، ولی باور نمی‌کند که این همان چهره است و می‌گوید این فرد آن کسی نیست که من می‌شناسم. نمی‌خواهد چهره‌ای را که با آن زندگی می‌کند، تخریب کند و برای همین باور نمی‌کند. کار رسانه همین است که مردم را در فضای خیال انگیز سیر می‌دهد. چون عالم خیال مردم محدودیتی ندارد، پشتونهای خیال انگیز و محبت‌آمیز در میان مردم سبب می‌شود که رفتارهای متناقض از سوی افراد مشهور دیده نشود. این پشتونه راچون از دست نمی‌دهند و تا واقعیتی که دیده می‌شوند و رسانه دارند و در رسانه هستند، این پشتونه را برای خودش می‌دانند که حرف بزند و موضوع بگیرد. این دنبال کنندگان صفحات مجازی مانند پول داخل کارت اعتباری است، تازمانی که داخل کارت اعتباری جلوی اعداد صفر باشد، مابه خودمان اجازه می‌دهیم داخل هرفروشگاهی شویم و با هر شکلی که می‌خواهیم با فروشنده حرف مهم

می‌گویند

چهره‌های مشهور
پیامبران آخرالزمان
هستند، در عصری که مردم با افراد چهره و شناخته شده، انس ذهنی بیشتری دارند و نسبت به آنها اعتماد دارند و این اعتماد به شکلی است که خود مردم هم نمی‌دانند چیست؟ مثل این که در یک خیابان حرکت کنید که مغاره‌های مختلفی دارد، ولی شما شناختی از محصلاتی که عرضه می‌کنند، ندارید مگر آنها بیک که از قبل با آنها آشنا نیای دارید و می‌دانید. گیفت محصلات شان چطور است. در فضای رسانه هم همین موضوع صادق است که یک برنزینگ اعتمادساز در باره افراد مشهور صورت می‌گیرد.

دوستی که خودش چهره مشهور است، می‌گفت «خسته شدم از بس مردم درباره من اظهار نظر می‌کنم و حرف می‌زنند» گفتم: «بین، چهره‌های مشهور عضو خانواده مردم هستند، این است که برای یک اتفاق در خانه همه اعضای خانواده اظهار نظر می‌کنند. نمی‌شود وارد خانه ها شد، با مردم انس گرفت و عضو آنها باشی، ولی در باره تو اظهار نظر نکنند، تو دیگر باید بپذیری که عضو آن خانواده هستی!»

همان قدر که مردم از یک چهره مشهور پذیرش دارند، با او کارهای دارند و نسبت به رفتار او بی تفاوت نیستند. توهیمی که مردم نسبت به چهره‌های مشهور دارند، به خاطر این است که چون تصور می‌کنند آنها به علت ارتباط با طبقه‌های مختلف جامعه و احتمالاً ارتباط با منابع خبری، لزوماً حرف او حرف مهم

حجت الاسلام
مصطفی امینی خواه

برنامه ورزشی «ورزشگاه» همزمان با آغاز مسابقات جام ملت‌های آسیا ۲۰۱۹ امارات ۴ صورت ویژه از ۱۵ دی آغاز شده است و به مدت یک ماه هر شب حوالی ساعت ۲۱ روی آنتن شبکه پنج سیما می‌رود.

به گزارش جام جم، این برنامه که به صورت ویژه همزمان با جام ملت‌های آسیا به تهیه کنندگی پژمان ماندگاری و جرای علی انصاریان و مهدی واعظی روانه می‌شود، با آیتم‌های مختلفی همچون معرفی ستاره جام ملت‌ها، معرفی کشورهای شرکت‌کننده، برپونده کاپیتان‌ها، مریبان، دروازه‌بان‌ها، گزارش ارسالی از امارت و... تقدیم مخاطبان و علاقه‌مندان ورزش به ویژه نوتبال دوستان خواهد بود.

حافظ کاظم زاده، گزارشگر اعزامی این ویژه برنامه به امارات است که آخرین ویدادهای این جام را برای مخاطبان طلاع‌رسانی می‌کند. این برنامه همزمان با جام ملت‌های آسیا به مدت یک ماه هر شب حوالی ساعت ۲۲ پخش و بعد از پایان مسابقات به صورت هفتگی شبکه‌های روانه

حاجزه‌های مشعم، اعتیار دارند؟

<p>و بالاتری است و این همان نکته‌ای است که حرف آنها به حرف با اهمیتی تبدیل می‌شود.</p> <p>طیفی از مردم وقتی در سطح خیال ریست می‌کنند، باید توضیح داد که این تعبیر توهین‌آمیزی نیست، بلکه تعبیر فلسفی است و مراد دوگانه عقل و خیال است، خیال گذرگاهی برای رسیدن به عقلانیت، ولی</p> <p>شناخته شده، انس ذهنی بیشتری دارند و نسبت به آنها اعتماد دارند و این اعتماد به</p>	<p>می‌گویند</p> <p>چهره‌های مشهور پیامبران آخرالزمان هستند، در عصری که مردم با افراد چهره و</p>	<p>حجت‌الاسلام مصطفی امینی خواه</p>
---	--	---

ب انصاریان در شبکه آ سیما

برنامه ورزشی «ورزشگاه» همزمان با آغاز مسابقات جام ملت‌های آسیا ۲۰۱۹ امارات ۴ صورت ویژه از ۱۵ دی آغاز شده است به مدت یک ماه هر شب حوالی ساعت ۲۰ روی آتن شبكه پنج سیما مرود. هم‌گزارش جام جم، این برنامه که به صورت ویژه همزمان با جام ملت‌های آسیا به تهیه کنندگی پژمان ماندگاری و جرای علی انصاریان و مهدی واعظی روانه نتن شبكه پنج می‌شود، با آیتم‌های مختلفی همچون معرفی ستاره جام ملت‌ها، معرفی کشورهای شرکت‌کننده، برپونده کاپیتان‌ها، مریبان، دروازه‌بان‌ها، هم‌گزارش ارسالی از امارات و تقدیم مخاطبیان و علاقه‌مندان ورزش به ویژه نوتویال دوستان خواهد بود.

حافظ کاظم زاده، هم‌گزارشگر اعزامی این بیژه‌برنامه به امارات است که آخرین ویداهای این جام را برای مخاطبیان طلاع‌رسانی می‌کند. این برنامه همزمان با جام ملت‌های آسیا به مدت یک ماه هر شب حوالی ساعت ۲۲ پخش و بعد از پایان مسابقات به صورت هفتگی شنبه‌هاروانه