«نشانی تاکلید» شبکه ۴ برای دهه فجر

«نشانی تاکلید» عنوان ویژه‌برنامه شبکه چهار سیما است که در ایام ا... دهه فجر روی آنتن می‌رود.

به گزارش جام‌جم، «نشانی تاکلید» به تهیه‌کنندگی و کارگردانی امید داوری در ۱۳ قسمت ۵۰ دقیقه‌ای در گروه ادب و هنر شبکه چهار سیما تهیه و تولید می‌شود و به بررسی آثار هنری مرتبط با انقلاب اسلامی می‌پردازد.

داوری درخصوص این برنامه گفت: در «نشانی تاکلید» با هنرمندان بزرگی که در طول چهار دهه انقلاب اسلامی فعالیت هنری داشته‌اند گفت‌وگو می‌کنیم. وی افزود: این یك ویژه‌برنامه گفت‌وگومحور است که در هر قسمت با هنرمندان یك رشته هنری همچون تئاتر، سینما، خوشنویسی، دیوارنگاری، گرافیك و نقاشی گفت‌وگو کرده و تاثیر انقلاب اسلامی را در این رشته‌ها بررسی می‌کنیم. داوری درخصوص آیتم‌های برنامه گفت: در این برنامه ۵۰ دقیقه‌ای در میان گفت‌وگوی هنرمندان، میان برنامه‌های مختلفی از آثار هنرمندان مرتبط با موضوع بحث پخش می‌شود.

درآمدزایی از بانوان با تبلیغات؛ به چه قیمتی؟

یك استفاده کاملا ابزاری!

یگانه عصاری
جام‌جم

«تلویزیون» نه‌تنها در ایران، بلکه در تمام کشورهای دنیا رسانه‌ای فراگیر و عمومی محسوب می‌شود که به نسبت سایر رسانه‌ها - چه در حوزه حقیقی و چه در حوزه مجازی - مخاطبان عام‌تری دارد و بر هیچ‌کس پوشیده نیست که یکی از راه‌های درآمدزایی تلویزیون، جذب و پخش آگهی‌های تبلیغاتی است. به‌تازگی اما با بروز و ظهور رسانه‌های مجازی بحث تبلیغات بسیار گسترده‌تر شده و از قضا برخی نظارت‌ها را هم ندارد. نکته اما اینجاست که چرا استفاده ابزاری از زنان در تبلیغات تلویزیونی و مجازی پدیده‌ای است که بسیار مد شده که ممکن است استفاده از یك خانم در آن تبلیغ هم کاملا بی‌ربط باشد. آیا نام این فعالیت استفاده ابزاری نیست؟

ساده، اما بی‌ربط

تبلیغات یکی از اساسی‌ترین نکات در بازاریابی است که هر فروشنده‌ای باید به آن توجه داشته باشد تا بتواند به وسیله آن مشتری و مخاطب کالای خود را پیدا کند. ساختن تیزر برای معرفی کالا و ارائه آن به رسانه‌هایی مثل تلویزیون یکی از اساسی‌ترین راه‌های جذب مخاطب است که به وسیله آن اکثریت مردم می‌توانند با کالایی جدید آشنا شوند و آن را خریداری کنند.

فروشنده با ساخت یك تیزر به وسیله مجریان این عرصه، سعی در تبلیغ محصول خود دارد و این مسأله در حوزه تبلیغات بسیار مورد توجه است. رسانه‌ها برای تاثیرگذاری بیشتر روی ذهن مخاطب بیش از همه به جنسیت توجه دارند به همین خاطر عمدتا از خانم‌ها برای معرفی و تبلیغ کالاها استفاده می‌کنند که البته این مساله گاه حتی نامتعارف و نامربوط هم هست. مثلا برای تبلیغ کفپوش اتومبیل از یك خانم با جذابیت‌های ایجاد شده استفاده می‌شود، اما آنچه مهم است و باید به آن توجه داشت این که زنان جزئی از تبلیغات و فرصتی برای جذب بیشتر مخاطب نیستند.

عکس خود را منتشر کنید

چندی پیش یکی از محصولات شست‌وشو و نظافت در یکی از تبلیغات خود از خانم‌ها خواست عکس خود را با هشتگ نام آن محصول در شبکه‌های مجازی به اشتراك بگذارند. اتفاقی که باعث حواشی بسیاری شد و آن شرکت این تبلیغ را دیگر ادامه نداد. نکته اما این است که در همان زمان چندین نفر این هشتگ را با عکس خود در فضای مجازی منتشر کردند! با مشاهده تعدادی از تبلیغات این کالای بهداشتی و شست‌وشو به سادگی می‌توان متوجه شد که جذابیت لباس زنان و رنگ‌های آن از توجه به نوع آن کالا فراتر رفته است! نکته دیگر شاید این باشد که زنان در تبلیغات در مشاغل حرفه‌ای مانند تجارت و اقتصاد حضور ندارند و از نظر پوشش نیز تناسب رنگ بین لباس‌هایشان وجود ندارد؛ یعنی روسری، دامن یا لباس هر کدام به یك رنگ است. آنها در تبلیغات مواد شوینده و لوازم خانگی حضور دارند و زنی را نمی‌بینیم که مطالعه کند یا حتی تلویزیون ببیند؛ بنابراین نقش زن به عنوان یك انسان گم شده است؛ اتفاقی که باعث جنجال‌های بسیار در میان جمعیت‌های فعال حقوق زنان هم شد و باعث شده آنها به این موضوع واکنش‌های بسیاری نشان دهند.

ابزاری برای تجارت

یکی دیگر از مصداق‌های استفاده ابزاری از زنان، عکسی بود که چند وقت پیش منتشر شد و حواشی بسیاری داشت. ماجرای انتشار تصویری از چند خانم با چهره و آرایش خاص در کنار خودروی آخرین مدل در یك نمایشگاه آنچنان توهین‌آمیز بود که خشم کاربران شبکه‌های اجتماعی را برانگیخت. این تصویر به گونه‌ای بود که انگار این زنان هم جزو تزئینات نمایشگاه خودرو به شمار می‌آیند و همین مسأله هم مصداقی عینی از خشونت علیه زنان با رنگ و لعابی متفاوت بود. هر چند اعتراض و واکنش کاربران فضای مجازی و رسانه‌ها به چنین رفتاری اعتراضی بجا و منطقی بود، اما نباید فراموش کنیم که ما طی روز بارها و بارها با چنین رفتارهایی در قبال زنان و کودکان در تبلیغات گوناگون مواجهیم و این مواجهه آنچنان زیاد بوده که در کوران تکرار و شدت این تبلیغات برایمان عادی شده است. با این حال حواشی این تبلیغ کم نبود و با پخش شدن عکس‌های آن، تعدادی از دانشجویان هم درخصوص نحوه تبلیغ آن نمایشگاه خودرو بیانیه صادر کردند.

مصداق بارز خشونت علیه زنان

هر عمل خشن که مبتنی بر جنسیت باشد و به موجب آن آسیب جسمی، روحی، جنسی یا رنج (تهدید، اجبار و محرومیت‌های خودسرانه) به زنان وارد شود، خشونت علیه زنان نامیده می‌شود. این تعریفی است که مجمع عمومی سازمان ملل در سال ۲۰۰۶ به‌عنوان خشونت علیه زنان اعلام کرد. نکته دیگر این که زنان پیش از این‌که موجودی منفعل و صرفا دارای جذابیت جنسی و فیزیکی باشند به‌عنوان یك انسان مستقل شناخته می‌شوند و باید افکار، ذهنیات و توانمندی‌های آنها در اولویت قرار گیرد. پس اگر به یك زن صرفا به دلیل جذابیت‌های جسمی و زیبایی‌اش توجه شود، این رفتار مصداق بارز خشونت علیه زنان به شمار می‌رود که دامنه آن به تبلیغات کشیده شده است. یعنی صاحب کالا و سازنده تیزر، زن را به خاطر جذابیتی غیر از عقل، اندیشه و تفکراتش در تبلیغ خود قرار می‌دهد و به این ترتیب از جذابیت او سوءاستفاده می‌کند، فلذا مرتکب خشونت علیه او شده است. نکته غم‌انگیز دیگر ماجرا اما این است که خیلی از این تبلیغات با علاقه‌مندی‌های شخصی خانم‌ها صورت می‌گیرد، بدون این‌که به قوانین آگاه باشند.

قانون را بخوانید

در فصل دهم قانون تبلیغات کشوری درباره حضور بانوان در تبلیغات آمده است:

ماده ۵۶: زن در نظام مقدس اسلامی از موقعیت ویژه‌ای برخوردار بوده و قوانین و احکام مقدس اسلام برای زن جایگاه رفیعی را قائل است، لذا استفاده از حضور خانم‌ها در آگهی‌های رادیو - تلویزیونی مستلزم اعمال دقت‌های خاصی است و باید جایگاه زن مسلمان و شؤون او مدنظر باشد و در ماده ۵۸ گفته شده که حضور خانم‌ها در آگهی‌هایی که وضعیت کالا و مصارف آن با نقش خانم‌ها بستگی نداشته باشد مجاز نیست. همچنین در فصل هشتم قوانین و مقررات تبلیغات کشوری صراحتا به این موضوع تأکید شده که «استفاده ابزاری از زنان، مردان و کودکان که نقش اصلی را در معرفی کالا و خدمات ایفا می‌نمایند» ممنوع است. در فصل نهم هم باز تأکید می‌شود که «هرگونه استفاده ابزاری از زن در تبلیغات ممنوع است» و آگهی‌ها نباید تداعی‌کننده ترجیح بین جنس مذکر و مؤنث باشد. با این حال چند بار در روز در تبلیغات رسانه‌ای این اتفاق‌ها تکرار می‌شود و کار به جایی رسیده که ما هم از کنار آن به سادگی عبور می‌کنیم؟

> یکی از محصولات شست‌وشو و نظافت در یکی از تبلیغات خود از خانم‌ها خواست عکس خود را با هشتگ نام آن محصول در شبکه‌های مجازی به اشتراك بگذارند. اتفاقی که باعث حواشی بسیاری شد و آن شرکت این تبلیغ را دیگر ادامه نداد

پست منتخب

نزاع سر مدیریت نیست!

صفحه اینستاگرام منتسب به آیت‌الله میرباقری رئیس فرهنگستان علوم دینی نوشت: مسأله فدك، نزاع بر سرِ توحید و نبوت و ولایت بود، نه صرفاً بر سرِ قطعه‌ای زمین.

«اگر ما بخواهیم درباره خطبه حضرت زهرا(س) صحبت کنیم و ببینیم ایشان چه کرده‌اند، باید موقعیت و شخصیت حضرت زهرا(س) و میدان و موضوع درگیری ایشان با طواغیت، ترسیم و تبیین شود و نقش وجود مقدس فاطمه زهرا(س) در این میدان درگیری معلوم شود؛ و الا اگر روشن نشود، این اقدام هم قابل تفسیر نیست... موضوع درگیری حضرت، به هدف رساندن همه بندگان خداست. می‌خواهند حجاب ظلمات را از اولیا بردارند و نگذارند یك جریان، رابطه مردم را با ولایت و نبوت و توحید قطع کند. درواقع، نزاع بر سر توحید و کفر است. نزاع صرفا بر سر مدیریت سیاسی جامعه نیست. این، گوشه‌ای از آن جریان و ضلع کوچك آن کار است.

دکه

عادل باشیم!

روزنامه «آرمان امروز» عکسی بزرگ از عادل فردوسی‌پور را منتشر کرده و نوشته «شبکه سه عادل باشد». این روزنامه روتیتر «حذف نامرئی نخبگان در ورزش بعد از سیاست» را برای این تیتر انتخاب کرده، اما به نظر می‌رسد حس کرده باز هم نتوانسته حرفش را بزند. به همین علت یك زیرتیتر هم برای تیتر خود انتخاب کرده و نوشته «فروغی، بابت محدودیت عادل فردوسی‌پور و ریزش مخاطبان، حاضر به پاسخگویی هست؟»

به نظر می‌رسد این تیتر، روتیتر و زیرتیتر انتخابی برای گزارش «آرمان امروز» بیشتر گمانه‌زنی است تا گزارشی ژورنالیستی. به این خاطر که در زیرتیتر پرسشی مطرح شده که نشان می‌دهد گفت‌وگویی با مدیر شبکه سه سیما صورت نگرفته و تنها گمانه‌زنی شده است. در کنار این باید دید روزنامه به چه آمار و ارقامی دسترسی داشته که نوشته ریزش مخاطبان باید از سوی مدیر شبکه پاسخ داده شود. علاوه بر این، نکته اصلی در تیتر این روزنامه است. محدودیت عادل فردوسی‌پور دقیقا چه معنایی دارد و این روزنامه از کدام محدودیت حرف زده است؟ به عبارتی باید از تیتر همین روزنامه استفاده کرد و گفت «آرمان امروز در گزارش نوشتن عادل باشد».

این در حالی است که آمار و ارقامی که از میزان پیامک‌های مخاطبان ویژه برنامه شبکه ۳ برای جام ملت‌های آسیا منتشر شده، نشان می‌دهد که مخاطبان نه‌تنها ریزش نداشته‌اند بلکه همچنان پای کار برنامه فوتبالی شبکه سوم سیما با اجرای محمدحسین میثاقی هستند.

هشتگ

هیجان با چشمان بسته

وقوع چند تصادف کافی بود تا توجه رسانه‌ها به جدیدترین موضوع چالشی در شبکه‌های اجتماعی جلب شود: چالش هیجان با چشمان بسته! این چالش از فیلم سینمایی Bird Box شرکت نتفلیکس الهام گرفته شده و در آن شخصیت‌ها برای مصون ماندن از موجودی نامرئی که از طریق چشم‌ها وارد بدن می‌شود چشمان خود را می‌بندند. صحنه‌های هیجان‌انگیز و اکشن این فیلم به‌زودی میان کاربران به محبوبیت قابل توجهی دست یافته و افراد شرکت‌کننده در این چالش تلاش کردند با بستن چشمان خود، صحنه‌های فیلم را برای خود شبیه‌سازی کنند. حرکتی که ابتدا بامزه به نظر می‌رسید، ناگهان به چالشی خطرناك تبدیل و سانحه‌ساز شد. هزاران ویدئو از اتفاقات #BirdBoxChallenge در یوتیوب و شبکه‌های اجتماعی بارگذاری شد. تا جایی که حساب کاربری نتفلیکس عاجزانه تقاضا کرد این چالش به پایان برسد. پیش از این نیز گاهی شوخی‌هایی برای جلب لایك و کامنت در شبکه‌های اجتماعی منتشر و خطرساز شده بود، مثل خوردن مواد شوینده که به دفعات به مسمومیت‌های جدی منجر شده بود. این چالش‌ها که گاهی خطرات بسیاری برای کاربران به وجود می‌آورد با گسترش شبکه‌های اجتماعی روزبه‌روز در حال رواج بیشتر است.

خبر

برادران محمودی «دلدار» را برای رمضان کلید زدند

سریال دلدار که از گزینه‌های پخش در ماه رمضان از شبکه دو ی سیماست، توسط برادران محمودی کلید خورد.

به گزارش جام‌جم، این سریال توسط آزیتا ایرایی و مهدی حمزه نوشته شده و در ۳۰ قسمت ۴۵ دقیقه‌ای در ماه مبارك رمضان از شبکه دو پخش خواهد شد.

برادران محمودی سال گذشته سریال سایه‌بان را روی آنتن شبکه دو بردند که یك ملودرام عاشقانه بود و به موضوع جوانان و خانواده توجه ویژه‌ای داشت.

سخن انقلاب در رادیو معارف

رادیو معارف در برنامه سخن انقلاب اقدام به پخش سخنرانی اندیشمندان و شهدای انقلاب می‌کند. به گزارش روابط‌عمومی رادیو معارف، همزمان با فرارسیدن چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی برنامه سخن انقلاب از امواج فضیلت و فطرت روی آنتن می‌رود.

این برنامه که اختصاص به سخنرانی اندیشمندان و شهدای انقلاب همچون دستغیب، رجایی، صدوقی، باهنر و... با موضوع انقلاب اسلامی دارد از امروز پخش می‌شود.

سخن انقلاب کاری از گروه معارف، فرهنگ و جامعه است که تهیه و سردبیری این برنامه را سید محمدعلی حسینیان به عهده دارد.

مخاطبان این رسانه دینی می‌توانند هر روز ساعت ۱۳ از موج افام ردیف ۹۶ شنونده این برنامه باشند.

صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران

ابلاغ رأی هیأت بدوی رسیدگی به تخلفات اداری

● آقای مسعود ذوالفقاری ● شماره کارمندی: (۹۱۰۴۹۸)

طبق ماده ۷۳ قانون دادرسی مدنی به این وسیله به شما ابلاغ می‌شود براساس رأی قابل پژوهش شماره ۹۷۳۶ مورخ ۹۷/۰۹/۱۲ هیأت بدوی رسیدگی به تخلفات اداری سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، به دلیل غیبت غیرموجه به مجازات اخراج از سازمان محکوم شده‌اید. ضمنا در صورت اعتراض به رأی صادره می‌توانید ظرف مدت ۳۰ روز از تاریخ درج این آگهی، اعتراض خود را به اداره کارگزینی مربوطه به نشانی: امور اداری محل خدمتی تسلیم نمایید، تا مراتب از طریق هیأت تجدیدنظر رسیدگی به تخلفات اداری مورد بررسی قرار گیرد.

هیأت بدوی رسیدگی به تخلفات اداری
صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران

آگهی فراخوان

شماره مناقصه ۹۷-۱۰/۱۹۹

نوبت اول

- نام سازمان مناقصه‌گزار: سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
- موضوع مناقصه دو مرحله‌ای: تامین تجهیزات رله دیجیتال پوشش مناطق بدون پوشش (مراکز استان‌ها) به شرح اسناد مناقصه
- مهلت دریافت اسناد: از تاریخ چاپ نوبت دوم حداکثر تا پایان وقت اداری مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۰۸ می‌باشد.
- محل دریافت اسناد: تهران- خیابان ولیعصر، خیابان جام‌جم، سازمان صدا و سیما، ساختمان شماره ۲ معاونت توسعه و فناوری رسانه، امور خرید کالای فنی، دبیرخانه کمیسیون مناقصات
- میزان سپرده شرکت در مناقصه: مبلغ ۴۹۹/۹۵۰/۰۰۰ ریال به‌صورت ضمانتنامه بانکی قابل تمدید
- مهلت تحویل پاکات پیشنهادی: کلیه پاکات (الف، ب و ج) بایستی به‌صورت درب بسته درون یک پاکت لاک و مهر شده تا ساعت ۱۵ روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۲۴ به دبیرخانه کمیسیون مناقصات تسلیم گردد.
- زمان مناقصه و محل قرائت پیشنهادها: زمان گشایش پاکت‌های الف و ب رأس ساعت ۸:۳۰ روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۲۸ در دفتر مدیرکل مالی و اداری معاونت توسعه و فناوری رسانه واقع در تهران قرائت خواهد شد.
- مرحله دوم گشایش پاکت‌های ج پس از ارائه نظر کارشناسی سازمان انجام خواهد پذیرفت.
- شرکت‌کننده می‌بایستی دارای مجوز صلاحیت انجام امور از مراجع ذیصلاح باشد.
- برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۲۲۱۶۶۳۱۳ تماس حاصل فرمایید.
- بدیهی است هزینه درج ۲ نوبت آگهی به عهده برنده خواهد بود.

سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران

آگهی تجدید فراخوان

شماره مناقصه ۹۷-۱۰/۱۹۵

نوبت دوم

- نام سازمان مناقصه‌گزار: سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
- موضوع مناقصه دو مرحله‌ای: تأمین سیستم‌های صدا، تصویر و اتوماسیون تولید و پخش مراکز خراسان شمالی و خراسان جنوبی (مراکز استان‌ها) به شرح اسناد مناقصه
- مهلت دریافت اسناد: از تاریخ چاپ نوبت دوم حداکثر تا پایان وقت اداری مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۰۷ می‌باشد.
- محل دریافت اسناد: تهران- خیابان ولیعصر، خیابان جام‌جم، سازمان صدا و سیما، ساختمان شماره ۲ معاونت توسعه و فناوری رسانه، امور خرید کالای فنی، دبیرخانه کمیسیون مناقصات
- میزان سپرده شرکت در مناقصه: مبلغ ۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به‌صورت ضمانتنامه بانکی قابل تمدید
- مهلت تحویل پاکات پیشنهادی: کلیه پاکات (الف، ب و ج) بایستی به‌صورت درب بسته درون یک پاکت لاک و مهر شده تا ساعت ۱۵ روز سه‌شنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۲۳ به دبیرخانه کمیسیون مناقصات تسلیم گردد.
- زمان مناقصه و محل قرائت پیشنهادها: زمان گشایش پاکت‌های الف و ب رأس ساعت ۸:۳۰ روز شنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۲۷ در دفتر مدیرکل مالی و اداری معاونت توسعه و فناوری رسانه واقع در تهران قرائت خواهد شد.
- مرحله دوم گشایش پاکت‌های ج پس از ارائه نظر کارشناسی سازمان انجام خواهد پذیرفت.
- شرکت‌کننده می‌بایستی دارای مجوز صلاحیت انجام امور از مراجع ذیصلاح باشد.
- برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۲۲۱۶۶۳۱۳ تماس حاصل فرمایید.
- بدیهی است هزینه درج ۲ نوبت آگهی به عهده برنده خواهد بود.

سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران