

رسانه رادیو و تلویزیون

اخبار

قدردانی سازمان بهزیستی

از رسانه ملی

معاون وزیر و رئیس سازمان بهزیستی کشور در نامه‌ای به رئیس رسانه ملی، از پوشش فعالیت‌های این سازمان در حادثه سیل اخیر و همکاری در جذب کمک‌های مردمی قدردانی کرد. به گزارش روابطعمومی رسانه ملی، برای پوشش مناسب اقدامات تخصصی و حمایتی سازمان بهزیستی کشور در سیل اخیر و اطلاع‌رسانی از برنامه‌های این سازمان برای جذب مشارکت مادی و معنوی مردم به نفع حادثه‌دیدگان تشکر کرد و خواستار همکاری بیشتر با این سازمان برای کمک به حادثه‌دیدگان شد.

«مهدویت» موضوع اصلی

برنامه‌سازی شبکه قرآن در سال جدید

در دیدار اعضای بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود (عج) با سرپرست شبکه قرآن و معارف سیما، بر تولید برنامه با محوریت مهدویت در سال ۹۸ تأکید شد.

به گزارش جام جم، حجج اسلام محمود متوسل مدیرعامل بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود(عج)، صادق کفیل معاون فرهنگی و غلامحسین رعیت‌پور مدیر روابطعمومی این بنیاد با حضور در ساختمان شبکه قرآن و معارف سیما با محسن عرفاتی سرپرست این شبکه دیداروگفت‌وگوکردند.

در ابتدای این جلسه مدیرعامل بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود(عج) ضمن ارائه گزارشی از فعالیت‌های این بنیاد، گفت: در مرکز تخصصی مهدویت تاکنون ۴۰۰ فارغ‌التحصیل داشته‌ایم که می‌شود از آنها به‌عنوان کارشناسان مهدویت در برنامه‌های مختلف شبکه قرآن و معارف سیما استفاده کرد.

وی اظهار کرد: ۳۵ عنوان کتاب برای رده‌های سنی مختلف و اساتید حوزه و دانشگاه در زمینه پاسخ به شبهات و... در بخش انتشارات این بنیاد ارائه شده که از این شبکه می‌خواهیم در معرفی این آثار ما یاری کنند.

در ادامه این جلسه محسن عرفاتی، سرپرست شبکه قرآن و معارف سیما با بیان این‌که یکی از رویکردهای مهم برنامه‌سازی این شبکه در سال ۹۸ مهدویت است، گفت: بحث امام زمان (عج) نباید منحصر به نیمه شعبان باشد و در تلاش هستیم برنامه‌هایی با محوریت مهدویت در طول سال روی آنتن ببریم. عرفاتی اظهار کرد: این شبکه آمادگی کامل دارد که درباره بیان دیدگاه بزرگان و اندیشمندان مطرح جهان در ارتباط با امام زمان (عج) ووظایف منتظران و همچنین معرفی علمای ربانی برنامه‌هایی مانند سعادت‌مندان تولید کند که امیدواریم با مشارکت این بنیاد به‌زودی شاهد این اتفاق باشیم.

داستان سریال سرباز

باسیل تغییر کرد

با توجه به وقوع سیل در استان‌های مختلف کشور، فیلمنامه سریال «#سرباز» به کارگردانی هادی مقدم دوست و تهیه‌کنندگی محمدرضا شفیعی دچار تغییرات شد. پیش از این قرار بود شخصیت‌های سریال به فراخور قصه به مناطق زلزله‌زده سفر کنند و بخش‌هایی از قصه در جریان کمک‌رسانی به زلزله‌زگان روایت شود اما با توجه به وقوع سیل در شهرهای مختلف، به منظور همدردی با مردم و در جهت به‌روز شدن هرچه بیشتر قصه، سکانس‌های مربوط به مناطق زلزله‌زده به مناطق سیل‌زده تغییر پیدا کرده است، به گزارش مهر،به همین منظور گروه به‌زودی برای ادامهٔ تصویربرداری به استان خوزستان سفر می‌کنند.



تصویربرداری سریال «#سرباز» این روزها در جاده قم ادامه دارد و در چند روز گذشته بازیگرانی چون آرش مجیدی، الیکا عبدالرزاقی، افسانه کمالی و کاوه آهنگر مقابل دوربین این سریال بودند. این سریال حکایت سرباز وظیفه‌ای به نام یحیی و همسرش بلدا و رفقای هم‌خدمتی‌اش است، در خلاصه داستان «#سرباز» آمده است: در روفای عشق تو مشهور خواب‌نام چو شمع، شب‌نشین کوی سربازان و زندانم چو شمع... مجموعه تلویزیونی «#سرباز» محصول مشترک گروه فیلم و سریال شبکه سه سیما و قرارگاه مهارت‌آموزی ستاد کل نیروهای مسلح است.

زمان پخش «عصر جدید» تغییر کرد

زمان پخش برنامه تلویزیونی «عصر جدید» با اجرای احسان علیخانی با توجه به نزدیک شدن به ماه مبارک رمضان تغییر کرد. به گزارش جام جم، از این هفته تا ماه مبارک رمضان برنامه تلویزیونی عصر جدید یکشنبه شب‌ها ساعت ۲۲ و ۳۰ دقیقه روی آنتن می‌رود.



تصویربرداری از برنامه عصر جدید



یابیده کودکان آموزش‌های لازم در مواجهه با تبلیغات و پیام‌های رسانه‌ای داده شود



جام جم چرایی پخش يك آگهی حاشیه‌ساز از شبکه کودک را بررسی می‌کند

استفاده ابرزاری از بچه‌ها

ادامه از صفحه ۵

مدیر شبکه کودک هم ناراضی است

محمد سرشار مدیر شبکه کودک سیما که آگهی بازگانی این تیلنت مخصوص کودکان و نوجوانان از شبکه او پخش می‌شود، خود از جمله منتقدان به پخش این آگهی تلویزیونی است. سرشار در گفت‌وگو با جام جم با اشاره به این‌که این شبکه تلویزیونی هیچ نقشی در راه پیدا کردن این آگهی به آنتن شبکه کودک نداشته است، می‌گوید: به طور کلی نه انتخاب و نه پخش هیچ‌یک از آگهی‌های بازگانی در حوزه اختیار شبکه‌های تلویزیونی نیست؛ ازجمله همین تبلیغ تلنت یا حتی آگهی‌هایی چون تبلیغ قابلمه، ماسک صورت، کرم دور چشم و... که این روزها متاسفانه از شبکه کودک شاهد هستیم، این آگهی‌ها از طرف اداره کل بازگانی سازمان انتخاب شده و به پخش می‌رسند. لذا ما حتی در خصوص يك فریم از این آگهی‌ها هم نمی‌توانیم اعمال نظر داشته باشیم.

مدیر شبکه کودک که خودش هم فرزندان خردسال دارد و فرزندانش به تماشای برنامه‌های این شبکه تلویزیونی می‌نشینند، در خصوص تأثیر این نوع تبلیغات می‌افزاید: ما از همان روز نخستي که شبکه کودک را تاسیس کردیم، اعلام کردیم که این شبکه تلویزیونی قرار است همراه رسانه‌ای خانواده‌ها در امر تربیت کودکان باشد و بر اساس همین نگاه، اجزای مختلف شبکه را بررسی کرده و ساختیم. او با اشاره به این‌که آیا اصلا پخش آگهی‌های بازگانی برای مخاطبان کودک و خردسال يك رسانه اخلاقی و قانونی است یا خیر، تصریح می‌کند: اصلی که در بسیاری از شبکه‌های تلویزیونی دنیا رعایت می‌شود این است که

پخش آگهی‌های بازگانی برای خردسالان ممنوع است؛ زیرا خردسالان نمی‌توانند تفاوت میان آگهی و برنامه تلویزیونی را درک کنند و فکر می‌کنند که آگهی مورد نظر هم مثل برنامه‌های دیگر است و باید حرف‌شان را پذیرفت. در حوزه کودکان هم گفته می‌شود که اگر قرار است آگهی بازگانی‌ای پخش شود، حتما باید کنترل‌شده و با رعایت ضوابطی خاص باشد. با این حال متاسفانه ما در پخش آگهی‌های بازگانی در شبکه کودک، هیچ‌کدام از این ملاحظات را نداریم و هم در کانال پویا و هم نهال آگهی‌های بازگانی را بدون پیوست‌های تربیتی و مخاطب‌شناسانه شاهدیم.

سرشار می‌افزاید: برای مثال اصلا چرا باید در شبکه‌ای که مخاطب آن کودکان ۶ تا ۱۲ ساله است، کرم ضدچروک دور چشم تبلیغ شود؟ و یا برای مثال ماسک سیاه صورت که در موارد متعددی در کودکان ایجاد ترس کرده است.

یکی دیگر از این آگهی‌ها تبلیغ فرشی است که در يك خانه خیلی لوکس و گران‌قیمت تصویربرداری شده و بین کودکان احساس عقب ماندن، فقر و نارضایتی از زندگی ایجاد می‌کند. متاسفانه هیچ‌یک از این آگهی‌ها بر اساس ملاحظات تربیتی انتخاب نشده‌اند و با این حال از شبکه پخش می‌شوند.

مدیر شبکه کودک با اشاره به ملاحظات تربیتی مختلفی که باید در بحث آگهی‌های بازگانی برای مخاطبان کودک و نوجوان رعایت شود تا شائیه سوءاستفاده از این مخاطبان را به وجود نیاورد، توضیح می‌دهد: به طور کلی همان‌طور که گفتم، نباید آگهی در شبکه‌های مختص کودکان پخش شود. بلکه باید اقتصاد این شبکه‌ها و هزینه‌های برنامه‌سازی آن در محل‌های دیگر تأمین شده و منافع تجاری وارد بحث تربیت کودکان نشود.

بنا بر این گزارش، بناست در ماه رمضان بخش فینال فصل نخست این برنامه در دکوری جدید پخش شود. مسابقه استعدادیابی عصر جدید کاری از گروه اجتماعی شبکه سه سیما به تهیه‌کنندگی و اجرای احسان علیخانی است و دکور این مجموعه زیر نظر سیماک احصایی ساخته شده است، همچنین آریا

عظیمی‌نژاد ساخت موسیقی‌های این رقابت را به عهده دارد. فصل اول عصر جدید از تاریخ ۲۷ بهمن ۱۳۹۷ روی آنتن شبکه سه رفت. بیش از ۸۰۰۰ ویدئو برای نمایش استعداد به این برنامه در این فصل ارسال شد. قرار است این فصل در ۵۲ قسمت ۷۰ دقیقه‌ای روانه آنتن شبکه سه شود.

کودکان در استثمار تبلیغاتچی‌ها

دکتر میترا حکیم شوشتری

فوق تخصص روانپزشکی کودک و نوجوان

معمولا در مورد صحت و سقم اطلاعات ارائه‌شده درباره کالای تبلیغ شده در رسانه نمی‌توان اطمینان حاصل کرد.

مثلا می‌بینیم کالایی با شعار بالا بردن هوش کودکان پخش می‌شود، اما نمی‌دانیم آیا این محصول واقعا بر هوش کودک

اثر دارد یا خیر. اگر این موارد چنان که تبلیغ می‌شود کارکرد نداشته باشند خانواده‌ها را به کج راهه می‌برند. این دست تبلیغات که غالبا مخاطبان آنها والدین هستند و والدین هم تأثیر مستقیم روی بچه‌ها دارند، بدون ارائه شاهد و مدرکی معتبر روی آنتن می‌روند. در این مورد بهتر است تحقیق و مطالعه‌ای در مورد سازنده و همچنین کارکرد محصول انجام شود.

گاهی از میان همکاران خودمان هم کارشناسی به رسانه دعوت می‌شود و درباره نوع خاصی از درمان صحبت می‌کنند که کارکرد تبلیغات دارد اما زیرنویس نمی‌شود. این برنامه تبلیغاتی است و به عنوان توصیه علمی روی آنتن می‌رود. به این صورت خانواده‌ها به جای کانالیزه کردن امکاناتشان برای درمان کودک، به بیراهه رفته و هزینه اضافی را متحمل می‌شوند و حتی نسبت به درمانگران و سیستم درمانی نیز دچار بی‌اعتمادی می‌شوند.

اگر کودک به صورت مستقیم هم شنونده و بیننده تبلیغ نباشد اما به صورت ناخودآگاه از آن تأثیر می‌پذیرد زیرا تأثیرپذیری آنان به دلیل ناآگاهی بیش از بزرگسالان است. کودکان پس از پخش يك تبلیغ جذاب که کالا یا خدمتی مختص آنان را نمایش می‌دهد درخواست تهیه محصول را دارند و به این ترتیب چالش بین والد و کودک هم شکل می‌گیرد. ممکن است خرید فلان محصول در برنامه اقتصادی و تربیتی يك خانواده نباشد، اما در تبلیغ به کودک نشان داده می‌شود که با خرید این محصول می‌تواند به خیلی از امتیازات دست پیدا کند و از این رو او برای خریدش پافشاری می‌کند.

از طرف دیگر، باید به مبحث استفاده ابرزاری از کودکان در تبلیغات هم اشاره کرد که آن نیز مذموم است و تأثیرات سوء روانی به همراه دارد. مثلا چرا باید در تبلیغ پودر لباسشویی تصویری از يك بچه ببینیم؟ چرا مجلات برای فروش بیشتر تصویر کودک زیبایی را روی جلد چاپ می‌کنند؟ مراجعان زیادی داریم که کودکانشان در صنعت یا تبلیغات تجاری فعال هستند.

گاهی این بچه‌ها اگر پسر باشند باید موهای خود را برای مدل شدن و حضور در فلان تبلیغ بلند بگذارند و پیامد آن مخدوش شدن هویت جنسی‌شان است. هویی که کودک بعد از دو سالگی آن را شناسایی می‌کند، اما به دلیل ظاهرش مدام با این پرسش از سوی دیگران مواجه می‌شود که دختر هستی یا پسر؟ و با خود می‌گوید من پسر هستم اما چرا همه نمی‌توانند تشخیص دهند؟ مگر من مشکلی دارم؟ این کودکان را به نوعی می‌توان همان کودکان کار نامید. کودکانی که در راه مدام دیده شدن و جلب توجه می‌افتند. آنها فکر می‌کنند وقتی خوب هستند که زیبا باشند و دیگران از دیدنشان انگشت به دهان بمانند.

از سوی دیگر نشان دادن کودکان زیبا در تبلیغات تأثیرات مثبتی روی همسالان آنها به بیننده تبلیغ هستند، نمی‌گذارند و کودکانی که به خواست والدینشان برای تست شدن در این تبلیغات به دفاتر مختلف می‌روند در صورت پذیرفته نشدن، فشار روانی زیادی را متحمل می‌شوند. والدین و متولیان این امر باید توجه بیشتری به این تأثیرات سوء داشته باشند تا با معضلات متعدد از جمله مشکل در روند شکل‌گیری شخصیت کودکانمان مواجه نشویم.

آیین نامه حقوق کودکان در تبلیغات بازگانی چه می‌گوید؟



در کتاب قوانین و مقررات تبلیغاتی کشور که دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی، امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی آن را منتشر کرده، آمده است:

آگهی‌های تبلیغاتی باید با موازین

شرعی و قانونی کشور منطبق باشد.

تبلیغ کالا‌های بازگانی و خدمات

تجارتی در مهادی کودک، دبستان‌ها و دبیرستان‌ها ممنوع است.

در تبلیغات استفاده از کودکان برای معرفی کالا و خدماتی که انتظار مصرف کالا یا بهره‌مندی از خدمت یا خرید آن توسط ایشان نمی‌رود، ممنوع است.

آگهی نباید موجب بدآموزی در کودکان شود و از زودباوری، حس عاطفی و کم‌تجربگی آنان در تشخیص واقعیت‌ها سوءاستفاده شود.

در آگهی نباید از کودکان با صراحت درخواست شود محصولی را خریداری کنند یا از

والدین خود و دیگران چنین درخواستی کنند و نباید خرید موضوع آگهی برای کودکان با ترغیب دیگران به این امر به‌عنوان انجام يك وظیفه مطرح شود.

در آگهی‌های تلویزیونی نباید کودکان به تنهایی هنگام خرید یا مذاکره با فروشنده برای خرید یا مبادله پول با فروشنده نشان داده شوند.

آگهی‌ها نباید به کودکان الفانکد چنانچه کالای موضوع آگهی رانداشته باشند یا خریداری نکنند، از دیگر کودکان پایین‌تر هستند یا حتی مورد تمسخر و استهزا واقع می‌شوند.

در آگهی‌ها نباید از کودکان برای خرید از طریق پست یا تلفن دعوت شود.

سریال «مهربانو» ساخته می‌شود

تهیه‌کننده مرگ تدریجی يك رويا اضافه کرد: این قصه فضایی ملودرام دارد که در آن به تاریخ، هنر و سیاست می‌پردازد و ۳۸ بازیگر اصلی و فرعی در آن حضور خواهند داشت که البته ما فعلا در مرحله قرارداد بستن با عوامل پشت دوربین هستیم.

وی همچنین با اشاره به پروداکشن کار بیان کرد: این مجموعه حدود ۲۰۰ محل فیلمبرداری دارد که به‌صورت پراکنده در جاهای مختلف

است و همچنین بخشی از مکان‌های فیلمبرداری آن هم در شهرک تلویزیونی ایران در نظر گرفته شده است.

این تهیه‌کننده سریال‌های تلویزیونی در پایان درباره قصه سریال اعلام کرد: از ۳۰ قسمت حدود

آرمان زرین‌کوب، تهیه‌کننده سریال‌های تلویزیونی در گفت‌وگو با مهر درباره اثر جدیدی که به تازگی وارد پیش‌تولید آن شده‌اند، توضیح داد: پیش‌تولید سریال «مهربانو» را از هفته دوم فروردین آغاز کرده‌ایم که برای پخش از شبکه دو سیما آماده می‌شود.

وی بیان کرد: سعید سلطانی کارگردانی این مجموعه را بر عهده دارد که در ۳۰ قسمت ۴۵ دقیقه‌ای ساخته خواهد شد.

تهیه‌کننده سریال ستایش درباره قصه جدیدی که در حال ساخت آن هستند، توضیح داد: مهربانو با نام سابق بوم و بانو سریالی در ردیف الف فاخر است که قصه آن در بازه زمانی دوره پهلوی اول روایت می‌شود.

امضای نهایی در رادیو ایران



لغو حکم توتون و تنباکو در ایران به فتوای آیت... میرزای شیرازی اختصاص دارد. جنبش تحریم تنباکو یا نهضت تنباکو در اعتراض به اعطای امتیاز توتون و تنباکو (انحصار-مونوپولی) در سفر سوم ناصرالدین شاه قاجار به فرنگ شکل گرفت. این برنامه به قلم احمد یوسفی و اجرای اعظم لک ساعت ۱۷:۱۰ موج FM ردیف ۹۰ مگاهرتز و موج AM ردیف ۵۵۸ کیلوهرتز از گروه سیاسی رادیو ایران پخش می‌شود.

ویژه برنامه «امضای

نهایی» با موضوع لغو حکم توتون و تنباکو در ایران به فتوای آیت... میرزای شیرازی پخش می‌شود.

به گزارش روابط عمومی

رسانه ملی، ویژه برنامه «امضای نهایی» دوشنبه

۲۶ فروردین به موضوع

لغو حکم توتون و تنباکو در ایران به فتوای آیت... میرزای شیرازی اختصاص دارد. جنبش تحریم تنباکو یا نهضت تنباکو در اعتراض به اعطای امتیاز توتون و تنباکو (انحصار-مونوپولی) در سفر سوم ناصرالدین شاه قاجار به فرنگ شکل گرفت. این برنامه به قلم احمد یوسفی و اجرای اعظم لک ساعت ۱۷:۱۰ موج FM ردیف ۹۰ مگاهرتز و موج AM ردیف ۵۵۸ کیلوهرتز از گروه سیاسی رادیو ایران پخش می‌شود.