



خبر

مستند «مراببین» درباره شاخ‌های اینستا آماده نمایش شد



مستند «مراببین» به تهیه‌کنندگی حمید یادروج با موضوع چالش‌های فعالیت در اینستاگرام و دغدغه دیده شدن جوانان آماده نمایش شد. حمید یادروج، تهیه‌کننده مستند مرا ببین با اعلام خبر فوق افزود: مستند مرا ببین با نگاهی جامع به فعالیت افراد مختلف در اینستاگرام و فضای مجازی، نقاط مثبت و منفی این موضوع را بررسی می‌کند. وی افزود: در این مستند ۴۶ دقیقه‌ای سراغ یکی از چهره‌های اینستاگرامی رفتم که سال‌هاست در این حوزه فعالیت می‌کند و با بسپاری از چهره‌های اینستاگرامی نیز در ارتباط است. او تلاش می‌کند تا در این فضا دیده شود. در کنار این فرد جوانی مشاهده می‌شود که در فضای حرفه‌ای تئاتر قدم برداشته و می‌خواهد دیده شود. یادروج ادامه داد: در مستند مرا ببین سعی کردیم نگاه صفر و صدی نداشته باشیم و علی‌رغم نمایش حاشیه‌ها و نقاط منفی، واقعیت‌ها و تلاش‌های مثبت افراد برای دیده شدن را هم به نمایش بگذاریم.

انتشار پژوهش «نقش سی‌پک و تفاهم‌نامه ۲۵ساله در تقویت همگرایی منطقه‌ای ایران، چین، پاکستان و افغانستان»

پژوهش «نقش سی‌پک و تفاهم‌نامه ۲۵ساله در تقویت همگرایی منطقه‌ای ایران، چین، پاکستان و افغانستان» در واحد پژوهش‌های کاربردی معاونت برون مرزی صداوسیما منتشر شد. به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، تبیین اجمالی پروژه «یک کمربند - یک جاده» چین؛ «سی‌پک» زیرمجموعه جاده جدید ابریشم؛ بررسی اجمالی تفاهم‌نامه ۲۵ساله ایران و چین؛ معرفی اجمالی کریدور «واخان» (جاده قدیم ابریشم)؛ تبیین نقش مکمل بندر «گوادر» (پایانه اصلی سی‌پک) و بندر چابهار (محل تلاقی خطوط ارتباطی کریدور شمال- جنوب و کریدور شرقی- غربی)؛ سی‌پک و نقشه راه و همگرایی منطقه‌ای در حوزه سیاسی، تجاری و اقتصادی؛ علمی و فنی، نظامی و امنیتی؛ سی‌پک و نقشه‌راه توسعه ارتباطات جاده‌ای- ریلی، فیبر نوری؛ تبیین اهمیت کریدور شرقی- غربی و کریدور شمالی- جنوبی چین و پاکستان و نقش ایران، اهمیت خط ارتباطی چابهار- زاهدان؛ افغانستان؛ ارتباط انرژی دو حوزه انرژی خلیج فارس و دریای خزر و نقش ایران در همگرایی منطقه‌ای؛ موانع و چالش‌ها بر سر راه سی‌پک و نقشه‌راه در حوزه منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای؛ تبیین رقابت‌های هند و پاکستان در حوزه راهبردی، استراتژیک و سرزمینی؛ تاثیر سی‌پک و تفاهم‌نامه ۲۵ساله ایران- چین در همگرایی منطقه‌ای از منظر اندیشکده‌ها و صاحب نظران ونحوه بازنمایی آن در رسانه‌های غربی ازجمله ارکان اصلی این پژوهش است.

پژوهش «نقش سی‌پک و تفاهم‌نامه ۲۵ ساله در تقویت همگرایی منطقه‌ای ایران، چین، پاکستان و افغانستان» به اهتمام واحد پژوهش‌های کاربردی و به قلم پیرمحمد ملازهی و با نظارت علمی دکتر نودر شرفیعی نگاشته شده است.

پخش مستند «پیامبر»(ص) از کانال آذری شبکه سحر



مستند «پیامبر»(ص) با هدف تشریح مقام بلند پیامبر اکرم(ص) در ادیان مختلف از کانال آذری شبکه سحرپخش می‌شود. به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، وحدت و همدلی ادیان در دفاع از پیامبر اسلام(ص)، زندگی و رسالت حضرت محمد(ص) و نقش آن حضرت در ادیان مختلف از محورهای مهمی است که این مستند تلاش دارد برای مخاطبان و بینندگان کانال آذری در جمهوری آذربایجان بیان کند. همچنین پیامبر(ص) در ادیان مختلف از ابتدای خلقت حضرت آدم(ع) تا زمان حال و آموزه‌های اسلام درخصوص سیره و زندگی آن حضرت(ص) از دیگر موضوعات مورد اشاره این مستند است. مستند «پیامبر»(ص) سه‌شنبه ۲۷مهر ساعت ۱۶ به وقت تهران بازنگردانی و دوبله به زبان آذری محسن موسوی و در مدت زمان ۳۰ دقیقه روی آنتن کانال آذری شبکه سحر است.



ضد جاسوسی، تازنین کیوانی در نقش یک اینفلوئنسر و نیلوفر کوخانی در نقش «رزیتا» بازیگرانی هستند که تا به حال حضور آنها در سریال رسانه‌ای شده و در کنار این ترکیب جوان، سرچوخه از بازیگران باسابقه‌ای چون حبیب دهقان نسب در نقش سالار و علی اوسپوند در نقش آقارضا بهره می‌برد.

منتظر اتفاقات تازه هستیم



پیوند مرزوقی، دبیر سرویس رادیو و تلویزیون خبرگزاری ایسنا سال‌هاست در حوزه رسانه مشغول کار خبر است. با تغییر مدیرکل روابط عمومی صداوسیما از او درباره خواسته‌ها و انتظاراتی که به عنوان یک فعال رسانه از تعامل با این حوزه دارد، می‌پرسیم که پاسخ می‌دهد: به نظرم درخصوص حوزه روابط عمومی سازمان صداوسیما باید اتفاقات تازه ایجاد شود. لازم است مدیریت جدید، ارتباطش را با رسانه‌ها بیشتر کند و تعاملش با خبرنگاران بیشتر از چهار سال گذشته باشد.

مرزوقی ادامه می‌دهد: مدیریت کل روابط عمومی صداوسیما، جایگاه ویژه و حساسی است و قطعاً بسپاری از رسانه‌ها، انتظار دارند مواضع سازمان صداوسیما را از طریق ایشان بشنود. با توجه به این‌که صداوسیما یک رسانه بزرگ است و امکان دارد هر روز یا هر هفته با حاشیه‌ها و موضوعات مختلف مواجه شود از ایشان انتظار داریم در قبال این اتفاقات پاسخگو باشند و موضع سازمان را به صورت رسمی به رسانه‌ها اعلام کنند.

این فعال رسانه بیان می‌کند: تا جایی که می‌دانم ایشان از بدنه دانشگاه هستند. در دوره‌های گذشته شاهد بودیم افراد دانشگاهی خیلی خوب توانستند با رسانه‌ها تعامل برقرار کنند. مرزوقی در پایان می‌گوید: باید در نظر گرفته شود که در نهایت آنچه در رسانه‌های داخلی چه در قالب نقد و چه در قالب خبر منتشر می‌شود به هم‌افزایی رسانه‌ای منجر می‌شود. اگر این نگاه را در دستور کار داشته باشند قطعاً به جاهای بهتری خواهیم رسید.

ذائقه‌سنجی انجام شود



مهدی خدایی، دبیر فرهنگی خبرگزاری تسنیم: به نظرم روابط عمومی در مرحله اول باید روابط دو سویه بین مردم و رسانه را تقویت کند. به نظر می‌رسد الان این چرخه کامل نیست. همچنین کانال‌های ارتباط می‌تواند گسترده‌تر شود

تا این رابطه تقویت و منجر به اتفاقات خوب شود. از سوی دیگر بهتر است روابط عمومی، ذائقه‌سنجی درست میان مردم انجام بدهد تا ذائقه‌های مردم را به درستی به فیلمسازان، نویسندگان و کارگردانان انتقال بدهد تا آنها بدانند محصولات شان را چگونه تولید کنند

که بیانگر مسائل و مشکلات اصلی جامعه باشد. از سوی دیگر، روابط عمومی باید پل ارتباطی خوبی میان رسانه و اهالی باشد و برای حفظ و تقویت این اتفاق کوشا باشد. همچنین حضور خبرنگاران برای پوشش پشت صحنه تسهیل شود که مسلماً روابط عمومی می‌تواند نقش آفرین باشد. رسانه ملی در حال حاضر رقیای قدرتمندی دارد و امروزه مردم تبدیل به شهروند خبرنگار شده‌اند. بنابراین روابط عمومی رسانه ملی در فضای خبری باید به گونه‌ای عمل کند که ارتباطاتش را ارتقا دهد.

دامنه همکاری‌ها افزایش یابد



محمدصادق عابدینی، خبرنگار رادیو و تلویزیون روزنامه جوان: اداره کل روابط عمومی صداوسیما را می‌توان رسانه‌ای در دل بزرگ‌ترین رسانه فراگیر در ایران دانست. از این رو وظیفه مدیرکل روابط عمومی صداوسیما، در کنار وظایف سازمانی که بر دوش یک روابط عمومی موفق قرار دارد، ارتباطی است که باید با دیگر رسانه‌ها برقرار کند و از جایگاه رسانه ملی در افکار عمومی دفاع کرده و در مقابل سوالات و انتقادات پاسخگو باشد. به همین دلیل، به عنوان یک روزنامه‌نگار و خبرنگار حوزه، از مدیرکل جدید روابط عمومی صداوسیما انتظار دارم روابط با دیگر رسانه‌ها و خبرنگاران را ارتقا داده و به جای نگاه حذفی به جذب و گسترش دامنه همکاری‌ها بپندیشد. همان‌طور که انتظار می‌رود رسانه ملی، رسانه همه مردم ایران باشد، روابط عمومی این رسانه نیز باید خود را مقابل همه مردم ایران و رسانه‌ها به عنوان نمایندگان افکار عمومی پاسخگو بداند.

این سریال که پس از «سارق روح»، «ترور خاموش» و «خانه امن» چهارمین همکاری مشترک صفری و معظمی است، در ۳۰ قسمت آماده خواهد شد و این روزها مراحل فنی را نیز پشت سر می‌گذارد. سامان صفاری در نقش «کیان»، حمیدرضا محمدی در نقش «غلامرضا»، آرش آصفی در نقش یک افسر



گفت‌وگو با اهالی رسانه درباره تغییر مدیرکل روابط عمومی صدا و سیما و انتظاراتشان از این مجموعه

تعامل بیشتر، حرف مشترک اهالی رسانه

روژ گذشته دکتر پیمان جیلی، رئیس رسانه ملی در حکمی حسین قریایی را به سمت مدیرکل روابط عمومی سازمان صداوسیما منصوب کرد. وی در این حکم، ماموریت‌هایی از جمله «تقویت ارتباط همدلانه در خانواده بزرگ رسانه ملی»، «تحکیم مناسبات صمیمانه با جامعه هنری و هنرمندان»، «تبیین روشن و فعال سازی زمینه‌ها و فرصت‌های هم‌افزایی رسانه ملی با دیگر نهاده‌ها و دستگاه‌ها»، «گسترش و تعمیق ارتباط نهادینه‌نخبگان با سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی»، «ارتباط مستمر و گسترده با جمهور مردم و تعبیه سازوکارهای مناسب برای اطلاع‌پهنگام و دقیق از ظرفیت‌ها و نیازهای لایه‌های اجتماعی» و «تنظیم و هماهنگ‌سازی ارتباطات هم‌افزا با رسانه‌ها» را برای مدیرکل جدید روابط عمومی رسانه ملی تعیین کرده است. رئیس رسانه ملی در این حکم همچنین از تلاش‌های صادقانه محمد حسین رنجبران در دوران تصدی این سمت قدردانی کرد. به همین دلیل ما سراغ اهالی رسانه رفتم و با آنها درباره مطالبات و خواسته‌هایشان صحبت کردیم. عمده آنها این نظر را داشتند که بهتر است مدیرکل جدید روابط عمومی صداوسیما پاسخگوی سوالات خبرنگاران باشند.

تعامل بیشتر و صراحت در دستور کار قرار گیرد

آرزو فیروزفر، مدیر بخش هنر و رسانه فارس از کسانی است که نزدیک به دو دهه در حوزه رادیو و تلویزیون به کار خبر مشغول بوده. او درباره انتظاراتش از مدیریت جدید روابط عمومی صداوسیما به جام‌چم می‌گوید: سازمان صداوسیما مهم‌ترین رسانه جمهوری اسلامی ایران و تریبون آن به‌شمار می‌رود. گاهی گمان می‌رود جایی که خود تریبون است نیاز به پاسخگویی ندارد؛ درحالی‌که این اشتباه مطلق است. درست است که صداوسیما به‌عنوان رسانه به دنبال معایب و محاسن ارگان‌های دیگر و بیان آنها برای جامعه است ولی نباید از نقش خود غافل شود. فیروزفر ادامه می‌دهد: صداوسیما تولیدات زیادی در زمینه فیلم، سریال و برنامه دارد که معمولاً به شکلی محتاطانه درباره اینها موضع می‌گیرد. چالشی که خبرنگاران دارند این است که به‌سختی درباره آنچه روی آنتن است به حقیقت دست پیدا می‌کنند. مثلاً حاشیه‌ای که برای فیلم یا سریالی ایجاد می‌شود معمولاً مدیران روابط عمومی با احتیاط در این باره برخورد می‌کنند و پاسخ می‌دهند.

به‌عنوان کسی که سال‌ها در حوزه خبر فعالیت داشتم، می‌توانم بگویم این گریبانگیر همه مدیرانی بوده که حداقل من در زمان فعالیتم، مدیریت آنها را بر روابط عمومی تجربه کردم. واهمه واضعی در خصوص پاسخ‌دهی صریح دارند. این مدیر و فعال رسانه درباره تغییراتی که لازم به نظر می‌رسد، بیان می‌کند: به نظرم تعامل بیشتر، صراحت و شفافیت از موضوعات مهمی است که مدیر جدید روابط عمومی صداوسیما باید در دستورکار قرار دهد. باید با خبرنگاران تعامل بیشتری برقرار کند. تعامل ما معمولاً یک‌سویه بوده و باید دوسویه شود. خوب است خبرنگاران و نمایندگان رسانه، یک اتاق فکر در صداوسیما داشته باشند و از نظرات‌شان استفاده شود. کارکردی برای آرای این افراد از طیف‌های فکری متفاوت لحاظ شود و خروجی آن را در آنتن ببینیم. شاید توصیه‌هایشان که درد بخورد و اشتباهات کمتر شود. روابط عمومی این سازمان باید در مواجهه با رویدادها صراحت داشته‌باشد. اگر اتفاقی در سازمان می‌افتد نباید ما از طریق سایت‌های غیررسمی یا افراد ناشناس به واقعیت دست پیدا کنیم؛ خودشان صریح توضیح دهند و پاسخگو باشند.

مهم‌ترین انتظار، تسهیل‌کنندگی شفافیت است

محمد صابری، دبیر سرویس هنر خبرگزاری مهر از فعالان باسابقه حوزه رسانه است که درباره انتظارات و مطالبه‌هایش از دوره جدیدی که در روابط عمومی صداوسیما با تغییر مدیرکل آن ایجاد شده است، به جام‌چم می‌گوید: طبیعتاً انتظار نه‌تنها من بلکه هر اهل رسانه‌ای از مدیر روابط عمومی رسانه ملی، تسهیل‌کنندگی است. این حداقل و حرفه‌ای‌ترین انتظاری است که از مسؤول روابط عمومی هر مجموعه‌ای به‌ویژه رسانه‌ای با وسعت صداوسیما می‌شود داشت. تسهیل‌کنندگی در شفاف شدن مسائل مرتبط با رسانه است. این انتظاری است که به نظرم باید آقای قریایی در اولویت برنامه‌هایشان قرار دهند. صابری ادامه می‌دهد: رفتن در موقعیت انفعال، بزرگ‌ترین آفتی است که می‌تواند گریبانگیر یک روابط عمومی به‌ویژه در مجموعه‌ای مثل صداوسیما شود. به این معنا که منتظر باشند اتفاقی بیفتد تا بخوانند پاسخ دهند، تکذیب یا اصلاح کنند. به نظر من موضع روابط عمومی، موضع انفعال یا صرفاً دفاعیه نیست. موضع روابط عمومی باید تسهیل‌کنندگی باشد و این مهم‌ترین کلیدواژه‌ای است که باید در دستور کار روابط عمومی رسانه ملی قرار گیرد. این فعال رسانه می‌افزاید: متأسفانه در این زمینه رسانه ملی در دوره‌های مختلف دچار آسیب بوده است. هر تغییری ما را امیدوار می‌کند این مشکل به سمت اصلاح برود. امیدواریم آمدن آقای قریایی کمک کند این اتفاق بیفتد. همه مباحث، سرفصل‌ها و سوره‌های مرتبط با رسانه ملی باید قابلیت پیگیری از طریق اهالی رسانه را داشته باشد تا شفاف‌سازی صورت گیرد و در نهایت همه اینها در راستای کمک به رسانه ملی است.

۲۲ سال ادای دین به شهدا

برنامه «از آسمان» شبکه دو سیما بیش از دو دهه است که به‌طور مستمر به موضوعاتی همچون شهادت، ایثار و فرهنگ دفاع مقدس می‌پردازد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی سیما، بیش از یک دهه است که برنامه «از آسمان» روایتی از زندگی شهدا، جانبازان، آزادگان و ایثارگران را به نمایش می‌گذارد و به سیره شهدا می‌پردازد؛ از شهدای دفاع مقدس گرفته تا مدافعان حرم. این برنامه مدت‌ها جمعه‌ها ساعت ۱۶ و ۳۰ دقیقه به تهیه‌کنندگی و کارگردانی امیر خورشیدی‌فرد از شبکه دو پخش می‌شد و به مناسبت‌های مختلف ازجمله ایامی چون نوروز، هفته دفاع مقدس و مناسبت‌های خاص نیز به‌صورت ویژه برنامه به مخاطبان ارائه شده است.

«از آسمان» بیش از دو دهه است که به موضوعاتی همچون «شهادت» یا