خبر

«یک حبه قند» در رادیو صبا

برنامه فرهنگی «به توان هفت» با موضوع غافلگیری سکانس‌هایی از فیلم سینمایی «یک حبه قند» را تقدیم شنوندگان می‌کند. این برنامه با اجرای دلنشین امیرحسین مدرس موضوعات مختلف فرهنگی و اجتماعی را به توان هفت می‌رساند و شنیدنی‌تر می‌کند.

مدرس تجربه اجرا در گونه های مختلف را دارد و همیشه سعی کرده اجرایش مورد توجه مخاطبان قرار بگیرد. او در کنار اجرای تلویزیونی، برنامه های رادیو هم اجرا می کند و همچنین در سریال های مختلف هم به ایفای نقش پرداخته است. برنامه به توان هفت فردا بخش‌هایی از کتاب دشمن آینده را تقدیم شنوندگان می‌کند.

این رمان درباره فردی چندشخصیتی است که هر بار خود را به جای یک نفر در شرایطی خاص قرار می‌دهد. یک بار خود را به جای پسر ۲۰ ساله‌ای به نام ایلیاد می‌بیند که بیشتر عمرش را در خواب بوده است. بار دیگر در وجود مانی آرمانی، کارگردان سینما تصور می‌کند و دوباره خود را در جایگاه الهه، همسر مانی قرار می‌دهد. این برنامه با پخش سکانس‌هایی از این فیلم، غافلگیری یک خانواده را با یک حبه قند روایت می‌کند. به توان هفت از شنبه تا چهارشنبه ساعت ۱۳ به تهیه‌کنندگی مژگان فرزین و اجرای امیرحسین مدرس تقدیم مخاطبان می‌شود.





رئیس رسانه ملی خبر داد

ابلاغ مصوبه تثبیت جایگاه نظارتی صداوسیما بر نمایش خانگی

رها فاطمی
گروه رسانه

رئیس رسانه‌ملی به‌تازگی از ابلاغ مصوبه مرتبط با تنظیم‌گری نمایش خانگی خبر داده است. بر همین اساس به نظر می‌رسد باید منتظر اجرای این قانون و همراهی دستگاه‌های مختلف باشیم. لزوم نظارت بر تولید محتوای صورت گرفته در شبکه نمایش خانگی به واسطه محتوایی که برای خانواده‌ها فراهم می‌کند از همان ابتدا مورد تأکید بسیاری از کارشناسان قرار گرفته بود البته صریح نبودن نظارت سازمان صداوسیما باعث شده بود برداشت‌های مختلفی از آن صورت گیرد ولی اواخر خرداد امسال بود که مسأله نظارت بر شبکه نمایش خانگی به‌صورت رسمی روشن و به ساترا واگذار شد. این اتفاق که به شکل مصوبه رسمی شورای عالی انقلاب فرهنگی اعلام شد، بحث‌های حاشیه‌ای درباره نظارت بر نمایش خانگی راکنار زد و اختیار تام را به صداوسیما واگذار کرد. حالا به نظر می‌رسد طبق اعلام رئیس رسانه‌ملی، این قانون به‌طور رسمی ابلاغ شده تا نظارت رسانه‌ملی بر شبکه نمایش خانگی، جدی‌تر از قبل باشد.

درست از همان زمانی که شورای عالی انقلاب فرهنگی در آخرین روزهای خرداد، نظارت سازمان صداوسیما بر شبکه نمایش خانگی را به‌صورت رسمی تصویب کرد، برخی جریان‌های خاص شروع به شبهه افکنی در خصوص این قانون کردند؛ جریان‌هایی که یا عنوان می‌کردند نام صریح ساترا نیامده یا خود هویت شورای‌عالی انقلاب فرهنگی را زیر سؤال می‌بردند. حالا اما با ابلاغ این قانون، جای اما و اگرهای اجرایش گرفته شده و به نظر می‌رسد همان‌طور که دیگر مصوبه‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی لازم الاجرا هستند، این قانون هم باید به پشتوانه همراهی دستگاه‌ها به اجرا برسد. آنچه در مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی به چشم می‌خورد، مشخص شدن حیطه اختیارات و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی و فعالان بخش خصوصی به‌خصوص پلتفرم‌های صوت و تصویر فراگیر بود. یعنی به‌صراحت عنوان شده بود که این دستگاه‌ها در چه بخش‌هایی باید از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و در چه بخش‌های دیگری باید از سازمان صداوسیما مجوز اخذ کنند. البته در بندهای دیگر هم به سیاست‌ها و ضوابط ساخت و پخش صوت و تصویر فراگیر و شبکه نمایش خانگی اشاره شده بود.

برش

خبری که جبلی تایید کرد

آنچه که می‌توان از آخرین پست رئیس رسانه ملی در شبکه‌های اجتماعی دریافت، ابلاغ مصوبه تثبیت جایگاه نظارتی صداوسیما بر نمایش خانگی است. رئیس رسانه‌ملی در آخرین ساعت‌های روز یکشنبه در صفحه ویراستی خود اعلام کرد که بنابر اعلام دبیر شعاف، مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی درباره تثبیت جایگاه نظارتی سازمان صداوسیما بر نمایش خانگی ابلاغ شده است. جبلی درباره این موضوع در صفحه شخصی خود چنین نوشت: به گفته دبیر محترم شورای عالی انقلاب فرهنگی، مصوبه این شورا در خصوص تثبیت نظارت صداوسیما بر نمایش خانگی توسط رئیس محترم جمهوری ابلاغ شد. وی پیش از این هم در خصوص مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی عنوان کرده بود: بر اساس مصوبه این شورا، تقسیم نظارت بر صوت و تصویر فراگیر میان وزارت فرهنگ وارشاد اسلامی و صدا و سیما کاملا مشخص و وظایف هرکدام به‌طور کامل تعیین شده است.

یادداشت

فاطمه اسماعیلی | نویسنده

یک دیدار و هزار خاطره به یادماندنی

۲۷ سال از دیدار تاریخی رهبر انقلاب با کارکنان رسانه ملی گذشت

هم‌زمان با روزهای سوگ سیدالشهدا(ع) و جلوه‌نمایی بیش از پیش تلاش همکاران صداوسیما برای انعکاس شایسته شور و شعور حسینی(ع) در پهنه‌ای به‌وسعت ایران اسلامی و جای‌جای جهان، عدد سالگشت‌های حضور رهبر فرزانه انقلاب در جمع فرزندان‌شان در رسانه ملی، امسال به ۲۷ رسید. به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، نهم مرداد ۱۳۷۵ بود که بخش‌های مختلف سازمان صداوسیما مورد بازدید رهبر معظم انقلاب قرار گرفت. برنامه بازدید از اولین ساعات صبح آغاز شد و تا بعدازظهر آن روز به طول انجامید. ملاقاتی آنچنان اثرگذار و به‌یادماندنی که در یک سنت درون‌سازمانی هر سال از آن به‌عنوان «روز صداوسیما» یاد می‌شود.



حالا بال رسانه ملی گسترده‌تر از ۲۷ سال پیش و آسمان پروازش آبی‌تر است. شبکه‌های تلویزیونی تخصصی پا به میدان گذاشته‌اند، مراکز استانی مختلف سپهر رسانه‌های گستره ایران را رنگین‌تر کرده‌اند، رادیوهای متنوع دیگری تأسیس شده‌اند و خانواده رادیو پرجمعیت‌تر و بالنده‌تر شده است. در این مسیر، تجربه‌های بدیع در تولید به کارنامه صدا و سیما افزوده شده و از تمرکز بر قالب‌های برنامه‌سازی نو تا توجه به اقشار مختلف مخاطب در ساخت برنامه‌های جدی تا طنز، ترکیبی و گفت‌وگومحور تا... فیلم و سریال و مستند و... را در کوله‌بار این ۲۷ سال به دوش کشیده‌اند و تکامل یافته‌اند.

در میدان خبر و برنامه‌های سیاسی نیز سازمان مسیری طولانی، پرچالش و دست‌به‌گریبان با مشکلاتی بسیار پیموده و همگام با تغییرات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی جامعه، با رفتار شکلی و محتوایی خودش را با اشکال نوین و روزآمد التزام به کارکرد اطلاع‌رسانی رسانه تنظیم کرده است.

صداوسیما حضور فعال و کنشگرانه‌اش در جبهه برون‌مرزی را هم در ساحت‌هایی نو آزموده و اکنون با شبکه‌هایی چون پرس‌تی‌وی، العالم و... نقشی انکارناپذیر در معادله‌سازی‌های رسانه‌ای تحولات حوزه‌های مأموریتی خودش و پرچمداری رسانه‌ای خط مقاومت ایفا می‌کند.

زمین بازی رسانه ملی در سال‌های اخیر با ظهور بازیگران جدیدی چون شبکه‌های اجتماعی گوناگون و سکوهای انتشار صوت و تصویر در فضای مجازی وسیع‌تر نیز شده است، رسانه ملی در این سال‌ها پیشرفت‌های زیرساختی و فنی پرشمار داشته و بنیان‌های حرکت در شاهراه تولید و توزیع محتوا در دو عرصه برودکست و برودبند تحکیم و تثبیت شده است. صداوسیما از حدود یک ربع قرن پس از بازدید تاریخی رهبر انقلاب، وارد دوران تحول شد و اکنون آرام‌آرام به دومین سالگرد کلیدخوردن این دوره جدید نزدیک می‌شود. حرکتی در تداوم تلاش‌های ارزنده بدنه کاری و مدیریتی سازمان طی تمام سال‌های پس از انقلاب، اما با رویکردهایی نو و متناسب با شرایط امروزین زیست و زمانه مخاطب داخلی و خارجی. «هویت‌محوری» و «عدالت‌گستری» فقط پربسامدترین واژه‌های بیان‌شده در این دوره از سوی هرم مدیریتی سازمان در پله‌های مختلف نبوده، آنچه در این قریب ۲۲ ماه رخ داده، حائز نشانگانی روشن از حرکت روبه‌جلوی سازمان بوده است که با دورشدن از ساختارهای برساخته سلبریتی‌ها و تکیه بر شهرت هنرمندان نمود یافته و از تمرکز بر پایتخت و نهایتا شهرهای بزرگ به حضور در دل شهرها و روستاهای کوچک، تکیه‌ها و مساجد محلات و جمع‌های کوچک در گوشه‌گوشه ایران متمایل شده است.

گپ

گفت‌وگوی «جام‌جم» با کارگردان مسابقه شبکه آی‌فیلم؛

این رقابت «برد-برد» است

نوشین مجلسی
گروه رسانه

تا به‌حال در مسابقه‌ای شرکت کرده‌اید که برد - برد باشد؟ می‌پرسید یعنی چه؟ این تعبیر در مسابقه «برد برد» به این معنی است که مخاطبان داخل منزل هم می‌توانند در مسابقه شرکت کنند و در رقابت با شرکت‌کننده‌های حاضر در سالن امید به برنده‌شدن داشته باشند. در واقع برد برد به گونه‌ای طراحی شده که هم شرکت‌کنندگان داخل استودیو و هم طراح سؤال‌ها که همان مخاطبان در منزل هستند نیز سهمی از جوایز مسابقه خواهند داشت. طی فراخوانی که پیشتر از شبکه آی‌فیلم اعلام شد مخاطبان برای طراحی سؤال‌های برد برد می‌توانند بدون هیچ‌گونه محدودیتی و به هر تعداد که تمایل دارند برای برنامه سؤال طرح کنند. تمامی این سؤال‌ها پس از بررسی توسط سازندگان برنامه به سه دسته آسان، متوسط و دشوار تقسیم می‌شود و در قسمت‌های مختلف مسابقه از شرکت‌کنندگان پرسیده خواهد شد. در صورتی‌که شرکت‌کننده‌ای موفق نشود پاسخ درست هر سؤال را ارائه دهد، نیمی از جایزه سؤال به طراح آن اهدا می‌شود. برای دریافت جزئیات بیشتر از این مسابقه که شما هم امکان شرکت در آن را داشتید با مسعود عسگری، کارگردان برنامه گفت‌وگو کردیم.

«برد برد» به تهیه‌کنندگی محسن کرمی به سفارش گروه هنری شبکه آی‌فیلم تولید شده و زمان پخش این مسابقه روزهای پنجشنبه و جمعه ساعت ۲۰ و بازپخش روز بعد ساعت ۱۲ است. تعداد مسابقاتی که در این سال‌ها راهی آنتن شد کم نیست. از مسعود عسگری، کارگردان «برد برد» می‌پرسیم این برنامه چه تفاوتی با دیگر نمونه‌های مشابه دارد که به جام‌جم می‌گوید: آنچه این مسابقه را از سایر مسابقات متمایز می‌کند این است که تا جایی که ممکن است مشارکت مردمی و مشارکت مخاطبان تلویزیون را به همراه داریم تا آنها هم در فضای مسابقه حضور فعال داشته باشند. به همین جهت سایتی طراحی و توضیحات کامل در سایت گذاشته شد. همزمان تبلیغات در شبکه آی‌فیلم هم روی آنتن رفت. مخاطبان ما می‌توانستند از گزینه‌های حضوری، غیرحضوری یا هردو برای شرکت در مسابقه استفاده کنند. گزینه حضوری که مشخص بود باید از قبل اینجا می‌آمدند، تست می‌دادند تا سطح اطلاعات عمومی‌شان سنجیده شود؛ بعد برای شرکت در مسابقه انتخاب می‌شدند. کسانی هم که در منزل بودند به صورت غیرحضوری سؤالاتی در کلیه حوزه‌های اطلاعات عمومی طراحی می‌کردند.

عسگری ادامه می‌دهد: هدف این برنامه افزایش اطلاعات عمومی مخاطبان است. هر کسی در اپلیکیشن گزینه غیرحضوری را انتخاب می‌کرد سؤال خود را می‌فرستاد. محدودیتی در تعداد ارسال سؤالات وجود نداشت که باعث شد خیلی‌ها خانوادگی در مسابقه شرکت کنند. همین جذابیت برنامه را بیشتر کرده، چون مسابقه به داخل خانواده‌ها رفته است.

رقابت با مخاطبان

همان طورکه اشاره شد در این برنامه مخاطبان هم می‌توانند نقش داشته باشند و حتی جایزه ببرند. کارگردان مسابقه در این باره عنوان می‌کند: در هر برنامه چهار شرکت‌کننده داریم و هر کدام از شرکت‌کنندگان ما ۱۵ حریف یا رقیب در منزل دارند که منتظرند شرکت‌کننده سؤالات‌شان را جواب ندهد. در هر قسمتی که شرکت‌کننده سؤال را جواب ندهد، حذف می‌شود و نصف جایزه آن پرسش به کسی که سؤال را طراحی کرده است می‌رسد. عسگری می‌افزاید: بخش‌های مختلفی داریم که بر مبنای آن سؤالات‌مان را به سه دسته آسان، متوسط و سخت دسته‌بندی کردیم. پنج سؤال اول آسان‌تر است و پنج سؤال دوم مقداری سخت‌تر و پنج‌تای سوم برای کسانی مناسب است که اطلاعات بیشتری دارند. اگر شرکت‌کننده تا مرحله اول پیش برود پنج میلیون برنده می‌شود. اگر بخواهد ادامه دهد، ۲/۵ میلیون برایش ذخیره می‌شود و می‌تواند تا سؤال ۱۰ جلو بروند که مرحله ۲۰ میلیونی است. اگر باز ادامه دهد اما تا قبل از سؤال ۱۵ ببازد نصف هدیه یعنی ۱۰میلیون برنده می‌شود و ۲۰ میلیون به مخاطبی که در منزل است می‌رسد. اگر تا سؤال ۱۵ به درستی پاسخ دهد ۵۰ میلیون برنده می‌شود. اگر نتوانست سؤال ۱۵ را جواب دهد نصف مبلغ یعنی ۲۵ میلیون به مخاطبی که سؤال را طرح کرده است، می‌رسد.

ترویج فرهنگ کتابخوانی

به گفته کارگردان برد برد این مسابقه ترویج فرهنگ کتابخوانی را هم در نظر دارد. وی می‌گوید: علاوه بر افزایش اطلاعات عمومی مخاطبان سعی کردیم شیوه اجرا به گونه‌ای باشد که بحث کتاب و کتابخوانی را هم در مسابقه برجسته کنیم.

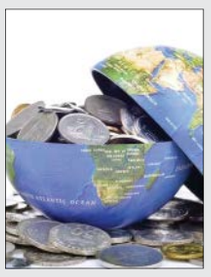
بنابراین قبل از این‌که هر شرکت‌کننده وارد سالن مسابقه شود، با او گپ و گفتی راجع به این‌که چقدر مطالعه دارد، چه کتاب‌هایی را مطالعه کرده و چه کتابی را معرفی می‌کند، داریم و بعد وارد مسابقه می‌شود. چه ببرد و چه ببازد از ما یک کتاب هدیه می‌گیرد تا بتوانیم بر بحث گسترش فرهنگ کتابخوانی مانور دهیم. پس از این‌که از برنامه خارج می‌شود هم با او گفت‌وگو داریم و اگر اطلاعاتش کم بوده و زود حذف شده است به این اشاره می‌کنیم که اگر کتاب می‌خوانده چقدر این اطلاعات می‌توانسته کمکش کند. عسگری درباره محدوده سنی شرکت‌کنندگان هم توضیح می‌دهد: معمولا شرکت‌کنندگان بالای ۱۷ سال هستند تا وسعت اطلاعات عمومی‌شان بیشتر باشد. مگر این‌که در تست‌های ما نشان دهند با سن کمتر هم می‌توانند به سؤالات‌مان پاسخ دهند. این کارگردان به هویت ایرانی در طراحی برنامه اشاره و بیان می‌کند: برای طراحی صحنه و دکور از المان‌های کاملا ایرانی مثل جام ریتون و... استفاده کردیم و برای اولین بار از المان‌های تاریخی تخت جمشید و آنچه مربوط به فرهنگ بومی و ملی ماست، بهره بردیم. همچنین از نورپردازی‌ها و موسیقی متفاوت استفاده کردیم که همراه با هیجان شرکت‌کنندگان در مراحل مختلف است تا فضای جذابی را برای مخاطبان فراهم کنیم. مجری این برنامه امیر الهامی است.



البته پیش از این نام رضا توکلی در خبرها به عنوان مجری ذکر شده بود. عسگری در این باره تصریح می‌کند: رضا توکلی ابتدا قرار بود تیزر برنامه را بخواند. زمانی که آمد به این فکر افتادیم به عنوان مجری هم در مسابقه حضور داشته باشد تا فضا مفرح‌تر شود اما به خاطر این‌که دو قرارداد سریال داشت هر چقدر تلاش کردیم نتوانستیم در جایگاه اجرا با جناب توکلی همراه شویم. وی می‌افزاید: البته در ویژه‌برنامه عید غدیرخم، ایشان کنار بازیگران دیگر به عنوان شرکت‌کننده به برنامه دعوت شدند. با توجه به بازخوردهای مثبت این اتفاق و این‌که آی‌فیلم شبکه فیلم و سریال است، مقرر شد در اعیاد و روزهای ویژه از هنرمندان سینما، تلویزیون و تئاتر برای شرکت در برنامه دعوت کنیم.

سیما

شکاف اقتصادی به شبکه یک رسید



شبکه یک با شبکه جهانی پرس تی‌وی و واحد دوبلاژ سازمان برای آماده‌سازی سه برنامه جدید در جهت پخش از این شبکه‌ها همکاری می‌کند و به زودی مخاطبان شاهد پخش این برنامه‌ها خواهندبود.

برنامه «شکاف اقتصادی» با رویکرد سیاسی - اقتصادی و تحلیل امور اقتصادی کشورهای مختلف دنیا و سیاست‌های متمرکز این کشورها برای ایجاد شکاف در اقتصاد وابسته به دولت‌های غربی به ویژه آمریکا، برنامه «ایران تک» با رویکرد بررسی و تحلیل حوزه‌های مختلف فناوری و وضعیت کشورمان در این حوزه و همچنین برنامه «ده دقیقه» با رویکرد تحلیل سیاسی و نحوه تقابل ایران در منطقه علیه قدرت‌های غربی و رژیم اشغالگر قدس، برنامه‌های موردنظر هستند.

شبکه یک سیما قصد دارد این سه عنوان محتوایی را در سه روز از هفته به صورت منظم از آنتن این شبکه پخش کند. برنامه شکاف اقتصادی دوشنبه‌ها ساعت ۱۸ روی آنتن شبکه یک می‌رود.

آنتن

بازگشت پاورقی و کام شیرین به شبکه دو

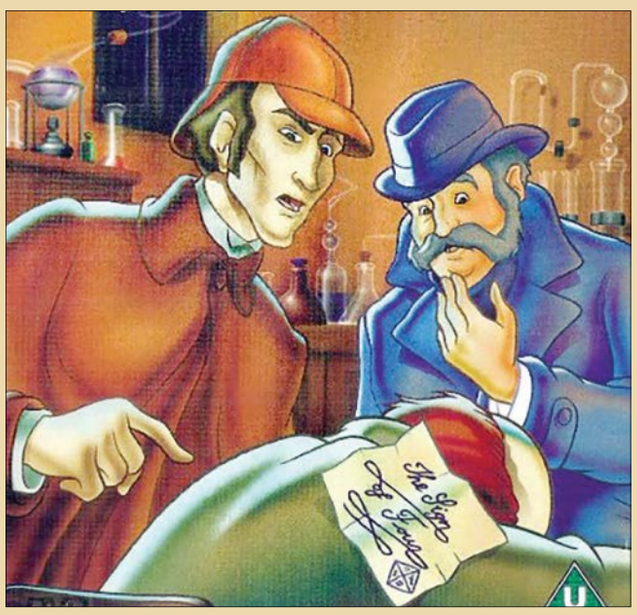


با اتمام دهه اول محرم، جدول پخش برنامه‌های شبکه دو سیما اعلام شد. بر این اساس، برنامه‌های تازه‌ای همچون یک قرن با حسین، کام شیرین، از مامان بگو و پاورقی روانه آنتن شده است. بر این اساس، با اتمام برنامه «چشمه زندگی» که سلسله سخنرانی‌های استاد حاج حسین انصاریان را در دهه اول محرم روانه آنتن می‌کرد، برنامه «در لحظه» با محوریت تصمیم‌گیری درست در لحظات ناب و مقایسه تصمیم‌گیری به موقع یاران امام حسین (ع) و تأثیرات مثبت و منفی آن در زندگی‌شان، با اجرای سعید ارشد، از شنبه تا چهارشنبه ساعت ۱۲ و ۳۰ پخش خواهد شد.

برنامه «یک قرن با حسین (ع)» از دیگر برنامه‌های این شبکه در دهه دوم محرم است که با نگاهی به تاریخ عزاداری و آیین‌های عاشورایی در یک قرن گذشته، چهره‌ها، اماکن، آیین‌ها، وقایع عاشورایی و... را معرفی کرده و سرگذشت احوالات و مرام خادمان برجسته را روایت می‌کند. همچنین با اتمام دهه اول محرم، ادامه برنامه «کام شیرین» با اجرای زهرا شوقی و امیر رضایی از شنبه تا سه‌شنبه حوالی ساعت ۱۸ و ۴۰ پخش می‌شود.

خاطرات کاغذی

نشانه چهار



مریم فلاح: سال ۱۸۸۸، یک از مراجعه‌کنندگان شرلوک هلمز به نام «مری مورستان»، با دو معمای عجیب به نزد او آمده و اعلام می‌کند که پدرش آرتور مورستان، از افسر ارتش بریتانیا در هند؛ دسامبر ۱۸۷۸ ناپدید شده است. طبق اظهارات مری، پدر او پس از بازگشت از هند، طی تلگرافی از مری خواسته بود تا برای ملاقاتش به هتل لَنگهَم، لندن بیاید اما هنگامی که مری به آنجا می‌رود؛ به او گفته می‌شود؛ پدرش شب گذشته از هتل خارج شده و دیگر بازنگشته است. مری از دوست پدرش جان شولتو پرس و جو می‌کند اما او هم در این باره، اظهار بی اطلاعی می‌کند. مری به هلمز می‌گوید از سال ۱۸۸۲ هر ساله به طور ناشناس از طریق پاکت نامه برایش یک مروارید، ارسال شده و در آخرین نامه برای ملاقات حضوری از او درخواست شده است. هلمز متوجه می‌شود؛ شولتو سال ۱۸۸۲ از دنیا رفته و در فاصله کوتاهی از آن تاریخ، مرواریدها برای مری ارسال شده است. در این میان، تنها سرنخی که مری به هلمز می‌دهد، نقشه ای از یک قلعه بر روی میز کار پدرش است که به غیر از نام پدر، اسامی اشخاص ناشناسی بر روی آن به چشم می‌خورد.

کیوآرکد را اسکن کنید