

مستند «شهر به شهر» شبکه آموزش سیما، به تهیه‌کنندگی شهرام قدیری و کارگردانی محسن دانشور با حضور در شهرهای مختلف کشور بناهای تاریخی وجاذبه‌های گردشگری را به‌تصویر می‌کشد و نوجوانان نخبه هر شهر را معرفی می‌کند. مستند شهر به شهر از تازه‌ترین تولیدات شبکه آموزش سیماست که اکنون در مرحله تصویربرداری در شهرهای مختلف ایران است. مستند شهر به شهر سعی دارد با سفر به شهرها و استان‌های

«شهر به شهر»

همراه با شبکه آموزش

نگاهی به فعالیت‌های معاونت فضای مجازی نشان داد

توسعه فضای امن فرهنگی در کودکانه‌های تلویزیون

شرکت تکتا در مسیر طرح تحول رسانه‌ملی، اهداف اثربخش و رسالت‌های نوینی را در ابعاد منظومه رسانه‌ای کشور محقق ساخته‌است. در آغاز راه تحول در شرکتی با قدمت ۵۰ساله، اولویت‌گذاری مهم همانا شناخت ریشه‌ای مشکلات انباشته و باز تعریف مأموریت‌های سنتی این شرکت بر اساس نیازهای روز بوده‌است که با برنامه‌ریزی، کنترل و پایش توسط هیأت‌مدیره آن مجموعه، طراحی نوین در راستای تحقق هویت محوری و بازیابی فعالیت‌های تکتا صورت پذیرفته و با تدابیر رئیس رسانه ملی، قائم مقام امور اقتصادی و مجامع، معاون فضای مجازی و تلاش همه همکاران مرتبط خط تحولی موردنظر پیگیری و عملیاتی شده‌است.



تلویزیون؛ تلویزیون دوم

مأموریت مدیریت، توسعه، پشتیبانی و بهره‌برداری از سامانه مردمی تلویزیون با شروع خط تحول در رسانه ملی و با تشخیص رئیس محترم سازمان صداوسیما به حوزه معاونت فضای مجازی و شرکت تکتا به‌عنوان زیرساخت اجرایی محول شد.

از مهم‌ترین دغدغه‌های رهبر معظم انقلاب، اهمیت برنامه‌ریزی برای شبکه ملی اطلاعات است که این مهم با رکوردشکنی بازدید دو میلیون کاربر همزمان در جریان مسابقات جام جهانی که ظرفیت

شبکه ملی اطلاعات را به دو برابر افزایش داد؛ نمود تازه‌ای یافت. تحقق این امر در کنار راه‌اندازی صفحه ویژه کودکان در تلویزیون با ارائه محتوای مناسب در دو حوزه پویا و نهال برای نخستین‌بار به‌صورت تخصصی در بین پلتفرم‌های ارائه‌کننده محتوا و همچنین راه‌اندازی شبکه تلویزیونی ورزش که موردتوجه ویژه مخاطبان قرار گرفته، از دیگر افتخارات کسب‌شده در سال گذشته‌است.

گروه جوان محتوایی و فنی تلویزیون با تکیه بر دانش و تخصص بومی با هدف گسترش عدالت به منظور دسترسی رایگان و همگانی به برنامه‌های آرشویی سازمان و تولید محتوای جذاب، امروز تلویزیون را به پرمخاطب‌ترین پلتفرم داخلی تبدیل کرده که بی‌شک این توفیق هایدون حمایت‌های همه‌جانبه ریاست و معاونت فضای مجازی رسانه ملی میسر نبوده‌است.

از جمله رؤس اقدامات انجام‌شده در زمینه تولید و توزیع محتوایی توان به افزایش تعداد اپیزودهای روزانه آرشيو‌شده از برنامه‌های تلویزیونی و افزودن تمام شبکه‌های سراسری، برون مرزی و استانی به همراه منتخب شبکه‌های اختصاصی و حاکمیتی ذیل تولید محتوا در رست‌بوم محتوای حرفه‌ای، قطع‌یع محتوای جذاب برنامه‌های تلویزیونی به شکل ویدئوهای کوتاه و انتشار آن در بخش پیشنهادهای ویژه تلویزیون، بخش

مختلف کشور علاوه بر به تصویر کشیدن بناهای تاریخی و جاذبه‌های گردشگری، به معرفی نوجوانان نخبه کشور پرداخت که توانسته‌اند در بخش‌های مختلف دانش بنیان اختراعات خود را به ثبت برسانند و با آنها گفت‌وگویی صمیمی داشته باشد. این مستند همچنین قرار است همراه نخبگان وارد شهرهای مختلف شود و به معرفی اماکن تاریخی بپردازد. به گفته محمد غفاری، مدیر تأمین برنامه شبکه آموزش، شهر

به شهر در هر استان بنا به پتانسیل‌های هر منطقه بخشی از فرهنگ و تمدن و استعداد‌های هر شهر را برای مخاطب معرفی کند. این مستند در ۴۰ قسمت ۳۰ دقیقه‌ای در حال تولید است و گروه پیشرو تولید در حال بررسی و هماهنگی‌های لازم با استان‌های مختلف کشور هستند. مستند شهر به شهر به تهیه کنندگی شهرام قدیری و کارگردانی محسن دانشور و به سفارش تأمین برنامه شبکه آموزش سیما در دست تولید است.



صداوسیما قرار گرفت. این فرستنده در ایستگاه نصب و تأیید معاونت توسعه فناوری را اخذ کرد و حالا در سال ۱۴۰۲ و پس از گذشت هفت سال از آخرین قرارداد تولید فرستنده، دو قرارداد جدید با ارزش بیش از ۴۰ میلیارد تومان منعقد شده که به معنی احیای این کارخانه «تکنولوژی محور» است.

رفع انحصار بازار فرستنده‌ها

حضور نداشتن تکتا در مناقصات فرستنده و ایجاد انحصار توسط چند شرکت محدود، موجب عقد قراردادهای با ارقام بسیار بالاتر از قیمت منصفانه میان سازمان صداوسیما و شرکت‌های محدود بخش خصوصی می‌شد، راهبری معاونت‌های توسعه فناوری و همچنین معاونت فضای مجازی صداوسیما و برنامه‌ریزی عملیاتی در شرکت تکتا و حضور این مجموعه در مناقصه‌های جدید موجب کاهش چشمگیر قیمت شرکت‌های بخش خصوصی شد و صرفه‌جویی بیش از ۴۰ میلیارد تومانی را در پی داشت.

همچنین شرکت تکتا که با بیش از ۶۴ قرارداد سنواتی تحویل تیم مدیریتی جدید شده‌بود، علاوه بر تعیین تکلیف بیش از نیمی از قراردادهای، فرآیند رفع مشکل و ایرادات بقیه قراردادهای را آغاز کرده‌است. ضمناً درحالی‌که

شرکت تکتا با پنج میلیارد تومان ضرر تحویل تیم جدید شد، مطابق صورت‌های مالی سال ۱۴۰۱ به سوددهی رسیده‌است. این مهم با رشد ۴۷۲ درصدی درآمدها در حالی است که هزینه‌های شرکت ۲/۸ برابر افزایش پیدا کرده‌است. علاوه بر اینها مشکل قدیمی و ریشه‌دار اخذ ضمانت‌نامه برای شرکت در مناقصات و مزایده‌ها، در دوره جدید حل شد؛ به شکلی که دیگر شرکت‌های دولتی سازمان نیز از این روش استفاده‌می‌کنند.

اقدامات جدید تحولی در فروش ترافیک

برای اولین بار در سازمان صداوسیما، فرآیند عقد قرارداد فروش ترافیک تولید شده پلتفرم سازمان صداوسیما (تلویزیون) طی شد و با اخذ نظر از هیأت کارشناس رسمی و همچنین هیأت کارشناسان خبره درون سازمان صداوسیما، قراردادهای فروش ترافیک تولیدی با ایرانهای مختلف منعقد شد. همچنین برای اولین بار در سازمان صداوسیما، فرآیند آیین‌نامه تبلیغات دیجیتال و نرخ‌نامه تبلیغات دیجیتال توسط کارشناسان سازمان صداوسیما انجام و تأیید ریاست سازمان صداوسیما،

در شرکت تکتا اجرایی شد. همچنین قراردادهای مختلف با صاحبان کالا، خدمات و کانون‌های تبلیغاتی منعقدشد.

احیای کارخانه تولید فرستنده‌های

رادیو و تلویزیونی

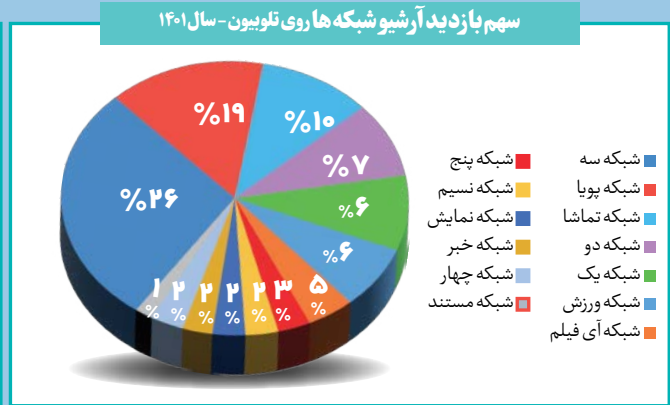
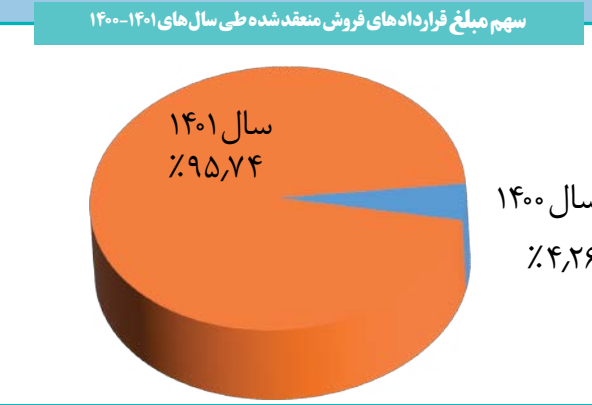
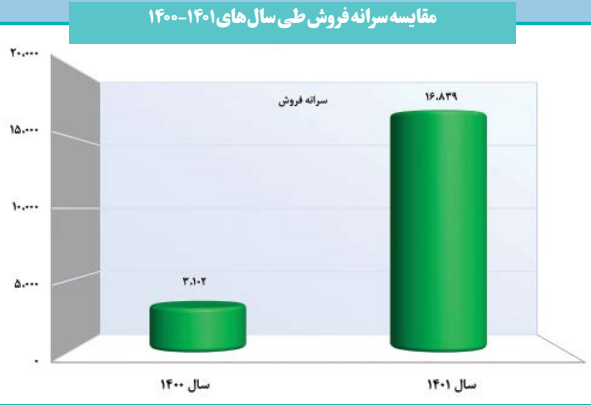
احیای کارخانه تولید فرستنده‌های رادیو و تلویزیونی را می‌توان دیگر تکرار پرچم‌دار تغییرات در این شرکت دانست.

با توجه به این‌که شرکت تکتا از ۵۰ سال قبل به‌منظور تولید فرستنده‌های رادیو و تلویزیونی تأسیس شده طی یک دهه گذشته با تغییرات

فناوری و کم‌توجهی در سیاست‌گذاری و مدیریت، عملاً بازار تولیدات فرستنده‌های رادیویی و تلویزیونی خارج شده‌بود و از سال ۹۴ تا قبل از شروع دوران تحول در سازمان صداوسیما هیچ‌گونه قرارداد تولید فرستنده در این شرکت منعقد نشده‌بود. پس از استقرار گروه جدید مدیریتی و با احیای هماهنگی معاونت توسعه فناوری و تیم مهندسی و تولید تکتا، پس از شش ماه کار تحقیقاتی، خط تولید فرستنده در تکتا احیا شد و اولین نمونه فرستنده تولیدی شرکت در اختیار سازمان

مکت

فعالیت‌های معاونت فضای مجازی به‌روایت اعداد



پخش

فیلم «سرب» در راه آی فیلم ۲

فیلم سینمایی «سرب» پنجشنبه دوم آذر از شبکه جهانی آی فیلم ۲ پخش خواهد شد. این فیلم به نویسندگی و کارگردانی مسعود کیمیایی سال ۶۷ ساخته شده‌است. در خلاصه داستان این فیلم آمده‌است: در تهران سال‌های ۱۳۳۰ یک زوج جوان یهودی به نام‌های دانیال و مونس همچون بسیاری دیگر از یهودیان خواهان عزیمت به سرزمین موعود هستند اما از آنجا که عموی شان یعقوب، مخالف صهیونیزم است با مخالفت سازمان هاگانا که یک گروه بسیج‌کننده یهودیان است، مواجه می‌شوند.

چندی بعد یعقوب به دست یزقئیل که عضو سازمان است کشته می‌شود و پلیس میرزامحسن، همسایه یعقوب را که فردی متدین بوده و برای کمک به او آمده‌است به جرم قتل دستگیر و روانه زندان می‌کند. زنده‌یادان هادی اسلامی، جلال مقدم، فریماه فرجامی، امین تارخ، جمشید مشایخی، فتحعلی اویسی و... در این فیلم سینمایی به ایفای نقش پرداخته‌اند. فیلم سرب پنجشنبه ساعت ۲۰ به وقت تهران، ۲۱ به وقت کابل و ۲۱ و ۳۰ دقیقه به وقت دوشنبه تاجیکستان از شبکه آی فیلم ۲ پخش خواهد شد.



«حریف منم»

به ۱۰ میلیون رسید

پویش «طوفان الاقصی» با شعار «حریف منم» که پس از آغاز عملیات نیروهای مقاومت علیه رژیم اشغالگر قدس آغاز شده‌است، به بیش از ۱۰ میلیون حمایت رسید. این پویش از زمان شدت گرفتن تحولات غزه شکل گرفت و بسیاری از مخاطبان در آن شرکت کردند. با شروع عملیات طوفان الاقصی و آغاز موج گسترده نسل‌کشی و حمله به زنان و کودکان مظلوم غزه، جمعی از جوانان با راه‌اندازی سایتی از مردم ایران درخواست کرده‌اند برای حضور در سرزمین‌های اشغالی و اعلام آمادگی مبارزه با اسرائیل با شعار «حریف منم» به ثبت‌نام اقدام کنند. در پی ادامه این عملیات و جنایت وحشیانه و حمله هوئناک به بیمارستان المعمدانی غزه، هر لحظه بر تعداد ثبت‌نامی‌ها افزوده می‌شود و تاکنون بیش از ۱۰ میلیون نفر جوان ایرانی برای حضور در سرزمین‌های اشغالی در پایگاه طوفان الاقصی به نشانی alaqastorm.com ثبت‌نام کرده‌اند.

این ثبت‌نام روی قاب تلویزیون و شبکه سه قرار گرفته و مخاطبان می‌توانند نام خود را به سامانه ۰۲۱۲-۳۰۰۰ ارسال کنند. کماکان روند ثبت‌نام ادامه دارد و هر ثانیه بر تعداد متقاضیان اضافه می‌شود.



خاطرات کاغذی

لوکوموتیو آیور

مریم فلاح: در شهر کوچک ولز، یک خط راه‌آهن قدیمی وجود دارد که افتخار کارکنانش لوکوموتیو بخار کوچکی به نام «آیور» است. لوکوموتیوی سبز رنگ که عاشق آواز خواندن در گروه کر بود؛ اگرچه می‌دانست غیرممکن است. صمیمی‌ترین دوست او «جونز استیم» احساس می‌کند از این بابت «آیور» غمگین است. رئیس ایستگاه پیشنهاد می‌دهد آیور را به بالای تپه یعنی محل تمرین گروه کر ببرند. سرپرست گروه با دیدن اشتیاق آیور، از او تست می‌گیرد اما وقتی به صدای او گوش می‌دهد، می‌گوید صدای سوتش برای گروه کر بسیار ضعیف و خشن است. «جونز» تصمیم می‌گیرد سوت آیور را با استفاده از لوله‌های مناسب، تغییر دهد تا دوستش قادر به ایجاد صدای دلپذیرتری باشد. در نهایت با متقاعد شدن کمیته کر و روسای راه‌آهن آیور به گروه کربیوست و... شش کتاب داستان براساس این مجموعه کارتون در دهه ۱۹۷۰ منتشر و سال ۲۰۰۶ نیز تجدید چاپ شد.



کیوانزده اسکن کنید

جام جم

رسانه
MEDIA

سه‌شنبه ۳۰ آبان ۱۴۰۲ شماره ۶۶۳۸

کپ

«هفته‌های ایرانی»؛

انعکاس ظرفیت‌های هر استان

«هفته‌های ایرانی»، تازه‌ترین اقدام ویژه رادیوایران است که مبتنی بر سند تحول رسانه در دستور اجرا قرار دارد و پخش می‌شود. این برنامه درصدد است تا ظرفیت گردشگری و تنوع ایران را نشان دهد. کاظم داداشی، مدیر گروه جامعه و سلامت و قائم مقام رادیوایران درباره هفته‌های ایرانی به جام جم می‌گوید: هفته‌های ایرانی با هدف انعکاس ظرفیت‌های ویژه و منطقه‌ای هر استان در زمینه‌های فرهنگی، هنری، اجتماعی، گردشگری و اقتصادی، با همکاری وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، نهادها، استانداری‌ها، فرمانداری‌ها و ادارات کل مرتبط و با مشارکت مراکز صداوسیما و گروه‌های برنامه‌ساز و تولید و پخش شبکه و ظرفیت تعامل با ایران یاران برگزار می‌شود.



قائم مقام رادیوایران تصریح می‌کند: درحال حاضر و براساس برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده، از ابتدای هر هفته، برنامه‌های مختلفی در جدول پخش رادیوایران، به استان هدف می‌پردازند و در روزهای پنجشنبه و جمعه هر هفته نیز در قالب برنامه زنده «زیر آسمان ایران» و با حضور برنامه‌سازان رادیوایران در صداوسیما مرکز استان هدف و با مشارکت و همکاری نزدیک برنامه‌سازان رادیوی مرکز، دو برنامه به شونندگان رادیوایران و رادیوی استان تقدیم می‌شود.

ابوذر ابراهیم، مدیر روابط عمومی معاونت صدا و مدیر سابق فضای مجازی شبکه رادیویی ایران پیرامون راه‌اندازی درگاه ایران یاران در این شبکه توضیح می‌دهد: تولید و انتشار خبر برنامه قبل از پخش و تهیه گزارش خبری از سفر شبکه به استان‌های مختلف ایران در قالب کلیپ ویدئویی، آلبوم عکس، و سب‌اوا (پادکست) و طرح و بنرهای گرافیکی ازجمله کارهایی است که در این حوزه انجام می‌شود. همچنین برای انتشار پیام از ظرفیت وبسایت، پیام‌رسان‌ها و رادیوینما بهره می‌گیریم. ابراهیم ادامه می‌دهد: به‌زودی روی وبسایت رادیوایران، این درگاه فعال می‌شود تا علاقه‌مندان به تولیدمحتوای برای رادیو، بتوانند پس از ثبت‌نام در سایت، از نکات آموزشی برنامه‌سازی رادیویی نیز استفاده کرده و از آخرین رویدادها و اخبار نیز مطلع شوند.

مدیر فضای مجازی رادیوایران از طراحی برنامه‌ک ویژه‌ای به اسم «ایران زیبایی من» خبر می‌دهد و بیان می‌کند: در ایران زیبایی من جاذبه‌ها و ظرفیت‌های هر استان در قالب محتوای چندرسانه‌ای، اعلان و معرفی (تیزر) و اسلاید گرافیکی معرفی می‌شود. با مشخص کردن ظرفیت‌های هر استان، شروع به انتشار فراخوان و دعوت از ایران یاران کرده و در این راستا از ظرفیت‌های کانال‌های اختصاصی خبری و اجتماعی استان‌های میزبان بهره می‌گیریم. پس از آن‌که افراد با شماره خود، نام استان‌شان را فرستادند، پیامک ثبت‌نام قطعی را به همراه نشانی کارگاه و لینک عضویت در گروه مجازی «ایران یاران» همان استان برای آنها ارسال می‌کنیم.

غلامحسین طایی، مدیر طرح و برنامه رادیوایران و مسئول کانون ایران یاران عنوان می‌کند: با طراحی جدیدی که در جدول پخش رادیوایران صورت گرفته روزانه برنامه‌ای با عنوان «ایران یاران» مختص پخش این تولیدات در نظر گرفته شده‌است. او می‌افزاید: کانون ایران یاران درصدد است به‌زودی از اولین رادیوی اینترنتی تولید مخاطب رونمایی کند. تاکنون شش هفته از هفته‌های ایرانی را پشت سر گذاشته‌ایم که در این مدت رادیوایران همگان مردم خونگرم استان‌های کردستان، گلستان، اردبیل، ایلام، مرکزی و آذربایجان غربی بوده‌است.