

۵۰۰ اثر از ۴۸ کشور در نخستین جشنواره بین‌المللی فیلم تئاتر ایران در خوزستان

ایسنا/خوزستان دبیر‌خانه نخستین جشنواره جشنواره بین‌المللی فیلم تئاتر ایران در خوزستان از دریافت ۵۰۰ اثر از ۴۸ کشور جهان به این جشنواره خبر داد.از جمله کشورهای شرکت‌کننده در این جشنواره فرانسه، ایتالیا، اسپانیا، بلغارستان، روسیه، الجزایر، تونس، آفریقا، عراق، برزیل، استرالیا، مصر، کره جنوبی، هند و چین است.

به گزارش ایسنا، موضوعات مختلف جشنواره شامل محور مقاومت و شهدای مقاومت، فلسطین و غزه، آب و محیط زیست و موضوع آزاد است.بازبینی آثار رسیده به دبیر‌خانه این جشنواره آغاز شده و نتیجه بازبینی آثار پنجم‌اردیبهشت ۱۴۰۳ اعلام می‌شود.معرفی هنرمندان و استان خوزستان به دنیا، گرفتن بازارهای جهانی تئاتر، رونق بازار تئاتر استان، معرفی آثار دنیا به مردم استان و کشور، دعوت از فرهنگ‌های مختلف و ارتباط با هنرمندان جهان بخشی از اهداف این جشنواره به شمار می‌رود.فراخوان نخستین جشنواره بین‌المللی فیلم تئاتر ایران با شعار «ایران، تئاتر، صلح و دوستی» بهمن ۱۴۰۲ منتشر شد.این جشنواره با هدف برقراری پیوند قوی‌تر میان پرده سینما و تئاتر و انگیزه استفاده از اثر نمایشی ضبط شده در بازار تئاتر و آرایه آن به سرمایه‌گذاران و تهیه‌کنندگان در تمامی جنبه‌های یک اثر نمایشی قرار است در خوزستان برگزار شود.

ممنوعیت تبلیغات در شبکه کودک برداشته شد؟

در حالی که چند سال اخیر، تبلیغات تجاری از آنتن شبکه کودک حذف شده بود، این شبکه مدتی است که یک آگهی تبلیغاتی روی آنتن می‌پردبه گزارش ایسنا، به تازگی یک آگهی تبلیغاتی متعلق به یک مجله مطبوعاتی ویژه خردسالان، همراه با یک رپرتاژ آگهی، به جدول پخش شبکه کودک سیما اضافه شده است.هرروز در چند نوبت، برنامه‌ها با عنوان «قصه‌های نبات» روی آنتن شبکه پویا می‌رود که در آن، گیتی خامنه مجری پیشکسوت سیما طی مدت زمان حدود ۵ تا ۵ دقیقه، قصه‌های کوتاه را برای بچه‌ها روایت می‌کند.همزمان متن آگهی خرید این مجله از طریق سامانه پیامکی، چند بار به صورت زبرنویس پخش می‌شود. در انتهای این برنامه کوتاه نیز تیزر تجاری ۴۵ ثانیه‌ای که همراه با ترانه، کودکان را به خریداری این مجله ترغیب می‌کند، به شکل ثابت روی آنتن می‌رود.

این در حالی است که در بیش از چهار سال گذشته، جز پخش تیزرهای برخی فیلم‌های کودک و پویانمایی مورد تأیید سازمان صداوسیما نظیر «پسر دلفینی» و «چه‌زرتگ» و «مسافری از گانورا»، تیزرهای تبلیغات تجاری از شبکه کودک پخش نمی‌شود.از آبان ماه ۹۸ و با دستور مستقیم سید مرتضی میرباقری (معاون وقت سیما)، پخش آگهی‌های تجاری از شبکه کودک (پویا و نهال) متوقف شد. کمپین پویا-بدون-تبلیغات که در آن زمان به راه افتاده بود و توسط مدیران وقت شبکه حمایت می‌شد، از عوامل مؤثر در این تصمیم بود.سازمان صداوسیما طی سال‌های اخیر برای تأمین هزینه‌های منابع انسانی و برنامه‌سازی ناشی از کمبود بودجه تخصیص‌یافته دولتی، به پخش تبلیغات تجاری درون‌برنامه و جذب حامی مالی برای بسیاری از برنامه‌های تلویزیونی روی آورده و به نظر می‌رسد پخش برنامه «قصه‌های نبات» نیز بخشی از آن پروسه باشد.در شبکه‌های تلویزیونی خارجی مخصوص کودکان، تبلیغات تجاری با ملاحظات بسیاری انجام می‌شود، چراکه کودکان توانایی تشخیص تبلیغات تجاری از محتوای فرهنگی را ندارند. اگرچه برخی کارشناسان پخش تبلیغات فرهنگی مرتبط با کودکان را در شبکه مخصوص کودکان، دارای اشکال نمی‌دانند.

سه‌چهارم مسافران از اقامتگاه‌های غیررسمی و بدون مجوز استفاده کردند
داده‌بردازی آمار وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی از اسکان نوروزی مسافران نشان می‌دهد اقامتگاه‌های بدون مجوز و غیررسمی از جمله خانه‌های شخصی و اجاره‌ای، چادرهای مسافرتی و مدارس همچنان سهم بیشتری از سفرهای نوروزی دارند.به گزارش ایسنا، داده‌بردازی اسکان مسافران در بازه زمانی ۲۴ اسفندماه ۱۴۰۲ تا ۲۴ فروردین‌ماه ۱۴۰۳ از ثبت ۶۳ میلیون و ۶۴۷ هزار نفرشب اقامت مسافران خبر می‌دهد، که بنابر اعلام وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ۵۰٫۱۹ درصد افزایش نسبت به سال ۱۴۰۲ داشته است، که در مجموع استان‌های مازندران، گیلان، خراسان رضوی، هرمزگان، بوشهر، فارس، خوزستان، اصفهان، آذربایجان شرقی، تهران و البرز بیشترین اقامت‌ها را در این مدت به خود اختصاص دادند. همچنین بیشترین رشد اقامت نسبت به مدت زمان مشابه سال گذشته در استان‌های کرمان، البرز، فارس، سیستان و بلوچستان، تهران، آذربایجان غربی، کردستان، گیلان، خوزستان رضوی و زنجان، ثبت شده است.از ۶۳ میلیون و ۶۴۷ هزارنفر شب اقامت در تعطیلات نوروز و عید فطر، سهم اقامتگاه‌های رسمی، که شامل هتل، هتل آپارتمان، هتل بوتیک، مهمانپذیر، بومگردی و اقامتگاه‌های سنتی، خانه مسافرهای دارای مجوز و مجتمع‌های اقامتی می‌شود، حدود ۱۳ میلیون و ۹۵۱ هزار نفرشب بوده است.

سند ملی سبک پوشش ایرانی اسلامی برای نظام پوشاک است

رییس کار گروه ساماندهی مد و لباس کشور گفت: در سند ملی پوشش ایرانی اسلامی به عنوان فرصت به نظام پوشاک نگاه شده است.به گزارش خبرنگار مهر، سیدمجید امامی رئیس کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور با اشاره به تصویب سند ملی سبک پوشش ایرانی اسلامی گفت: بر اساس پیمایش‌ها و داده‌های مرکز آمار ایران (تا پایان سال ۱۴۰۱) بیشترین مصارف فرهنگی خانوار ایران حدود ۵/۵ درصد است. طبعاً باید نظام فرهنگی کشور این دغدغه را داشته باشد. چراکه حوزه پوشاک و ملزوماتش مرتبط با نظام فرهنگی کشور است زیرا پوشاک و لباس جزو نیازهای اساسی به شمار می‌رود.وی ادامه داد: حدود ۵/۵ درصد از هزینه و مصارف فرهنگی خانواده ایرانی پوشاک است؛ اما نظام فرهنگی نه تنها در سال‌های گذشته بلکه در یک قرن گذشته که دولت مدرن در ایران مستقر بوده است، اساساً نگاه فرهنگی‌اش به این موضوع کمتر بوده است.رئیس کار گروه ساماندهی مد و لباس کشور در ادامه گفت: سال ۸۵ قانون ساماندهی مد و لباس به تصویب رسید و دبیرخانه‌ای در این باره به تأیید دولت وقت، در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی شکل گرفت.

دزفول در جایگاه‌نخست جذب گردشگران نوروزی خوزستان در ۱۴۰۳



ایسنا/خوزستان بنابر اعلام ستاد اجرایی خدمات سفر نوروز خوزستان، با جمع‌بندی انجام‌شده در سامانه جامع نظارت، آمار و اطلاعات تأسیسات گردشگری، شهرستان دزفول رتبه اول را در میزان اقامت و بازدید گردشگران به خود اختصاص داد.در بازه زمانی ۲۴ اسفند ۱۴۰۲ تا پایان فعالیت ستاد اجرایی خدمات سفر نوروز (۲۴ فروردین ۱۴۰۳) متوسط بازدید از هر جاذبه در استان خوزستان بیش از ۸۸ هزار نفر بوده.به گزارش ایسنا، در بازه زمانی یادشده ۲۶ میلیون و ۶۱۸ هزار و ۲۲۲ بازدید از جاذبه‌های گردشگری خوزستان صورت گرفت که از این تعداد، هفت میلیون و ۹۲۳ هزار و ۴۸۱ بازدید مربوط به جاذبه‌های تاریخی، هفت میلیون و ۵۸۳ هزار و ۵۲۲ بازدید مربوط به جاذبه‌های طبیعی، سه میلیون و ۱۲۵ هزار و ۲۷۹ بازدید مربوط به جاذبه‌های دست‌ساز، دومیلیون و ۷۳۳ هزار و ۳۹۸ هزار و ۶۰۲ بازدید مربوط به جاذبه‌های مذهبی، چهار میلیون و ۸۴۲ هزار و ۹۱۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های تفریحی، ۲۲۳ هزار و ۷۰۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های فرهنگی، یک‌هزار و ۴۸۷ بازدید مربوط به گردشگری سلامت و ۶۸ هزار و ۲۲۳ بازدید نیز مربوط به موزه‌های استان بودند؛ ضمن این‌که طی این مدت آمار ۴۵۰ هزار و ۹۲۲ نفربازدید نیز برای نمایشگاه‌های دائمی و غیردائم می‌رابط به صنایعدستی به ثبت رسید.

بنابر گزارش این ستاد، میزان بازدید از جاذبه‌ها امسال حدود ۴۲ درصد افزایش داشت. هم چنین براساس جمع‌بندی انجام شده، دزفول با ثبت ۱۰ میلیون و ۵۶۸ هزار و ۳۴۹ نفربازدید اولین شهر پربازدید استان در بازه زمانی یک‌ماهه لقب گرفت و شوشتر نیز با ثبت پنج‌میلیون و ۶۰۳ هزار و ۹۲۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های تاریخی، هفت میلیون و ۵۸۳ هزار و ۵۲۲ بازدید مربوط به جاذبه‌های طبیعی، سه میلیون و ۱۲۵ هزار و ۲۷۹ بازدید مربوط به جاذبه‌های دست‌ساز، دومیلیون و ۷۳۳ هزار و ۳۹۸ هزار و ۶۰۲ بازدید مربوط به جاذبه‌های مذهبی، چهار میلیون و ۸۴۲ هزار و ۹۱۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های تفریحی، ۲۲۳ هزار و ۷۰۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های فرهنگی، یک‌هزار و ۴۸۷ بازدید مربوط به گردشگری سلامت و ۶۸ هزار و ۲۲۳ بازدید نیز مربوط به موزه‌های استان بودند؛ ضمن این‌که طی این مدت آمار ۴۵۰ هزار و ۹۲۲ نفربازدید نیز برای نمایشگاه‌های دائمی و غیردائم می‌رابط به صنایعدستی به ثبت رسید.

بنابر گزارش این ستاد، میزان بازدید از جاذبه‌ها امسال حدود ۴۲ درصد افزایش داشت. هم چنین براساس جمع‌بندی انجام شده، دزفول با ثبت ۱۰ میلیون و ۵۶۸ هزار و ۳۴۹ نفربازدید اولین شهر پربازدید استان در بازه زمانی یک‌ماهه لقب گرفت و شوشتر نیز با ثبت پنج‌میلیون و ۶۰۳ هزار و ۹۲۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های تاریخی، هفت میلیون و ۵۸۳ هزار و ۵۲۲ بازدید مربوط به جاذبه‌های طبیعی، سه میلیون و ۱۲۵ هزار و ۲۷۹ بازدید مربوط به جاذبه‌های دست‌ساز، دومیلیون و ۷۳۳ هزار و ۳۹۸ هزار و ۶۰۲ بازدید مربوط به جاذبه‌های مذهبی، چهار میلیون و ۸۴۲ هزار و ۹۱۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های تفریحی، ۲۲۳ هزار و ۷۰۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های فرهنگی، یک‌هزار و ۴۸۷ بازدید مربوط به گردشگری سلامت و ۶۸ هزار و ۲۲۳ بازدید نیز مربوط به موزه‌های استان بودند؛ ضمن این‌که طی این مدت آمار ۴۵۰ هزار و ۹۲۲ نفربازدید نیز برای نمایشگاه‌های دائمی و غیردائم می‌رابط به صنایعدستی به ثبت رسید.

بنابر گزارش این ستاد، میزان بازدید از جاذبه‌ها امسال حدود ۴۲ درصد افزایش داشت. هم چنین براساس جمع‌بندی انجام شده، دزفول با ثبت ۱۰ میلیون و ۵۶۸ هزار و ۳۴۹ نفربازدید اولین شهر پربازدید استان در بازه زمانی یک‌ماهه لقب گرفت و شوشتر نیز با ثبت پنج‌میلیون و ۶۰۳ هزار و ۹۲۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های تاریخی، هفت میلیون و ۵۸۳ هزار و ۵۲۲ بازدید مربوط به جاذبه‌های طبیعی، سه میلیون و ۱۲۵ هزار و ۲۷۹ بازدید مربوط به جاذبه‌های دست‌ساز، دومیلیون و ۷۳۳ هزار و ۳۹۸ هزار و ۶۰۲ بازدید مربوط به جاذبه‌های مذهبی، چهار میلیون و ۸۴۲ هزار و ۹۱۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های تفریحی، ۲۲۳ هزار و ۷۰۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های فرهنگی، یک‌هزار و ۴۸۷ بازدید مربوط به گردشگری سلامت و ۶۸ هزار و ۲۲۳ بازدید نیز مربوط به موزه‌های استان بودند؛ ضمن این‌که طی این مدت آمار ۴۵۰ هزار و ۹۲۲ نفربازدید نیز برای نمایشگاه‌های دائمی و غیردائم می‌رابط به صنایعدستی به ثبت رسید.

بنابر گزارش این ستاد، میزان بازدید از جاذبه‌ها امسال حدود ۴۲ درصد افزایش داشت. هم چنین براساس جمع‌بندی انجام شده، دزفول با ثبت ۱۰ میلیون و ۵۶۸ هزار و ۳۴۹ نفربازدید اولین شهر پربازدید استان در بازه زمانی یک‌ماهه لقب گرفت و شوشتر نیز با ثبت پنج‌میلیون و ۶۰۳ هزار و ۹۲۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های تاریخی، هفت میلیون و ۵۸۳ هزار و ۵۲۲ بازدید مربوط به جاذبه‌های طبیعی، سه میلیون و ۱۲۵ هزار و ۲۷۹ بازدید مربوط به جاذبه‌های دست‌ساز، دومیلیون و ۷۳۳ هزار و ۳۹۸ هزار و ۶۰۲ بازدید مربوط به جاذبه‌های مذهبی، چهار میلیون و ۸۴۲ هزار و ۹۱۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های تفریحی، ۲۲۳ هزار و ۷۰۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های فرهنگی، یک‌هزار و ۴۸۷ بازدید مربوط به گردشگری سلامت و ۶۸ هزار و ۲۲۳ بازدید نیز مربوط به موزه‌های استان بودند؛ ضمن این‌که طی این مدت آمار ۴۵۰ هزار و ۹۲۲ نفربازدید نیز برای نمایشگاه‌های دائمی و غیردائم می‌رابط به صنایعدستی به ثبت رسید.

بنابر گزارش این ستاد، میزان بازدید از جاذبه‌ها امسال حدود ۴۲ درصد افزایش داشت. هم چنین براساس جمع‌بندی انجام شده، دزفول با ثبت ۱۰ میلیون و ۵۶۸ هزار و ۳۴۹ نفربازدید اولین شهر پربازدید استان در بازه زمانی یک‌ماهه لقب گرفت و شوشتر نیز با ثبت پنج‌میلیون و ۶۰۳ هزار و ۹۲۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های تاریخی، هفت میلیون و ۵۸۳ هزار و ۵۲۲ بازدید مربوط به جاذبه‌های طبیعی، سه میلیون و ۱۲۵ هزار و ۲۷۹ بازدید مربوط به جاذبه‌های دست‌ساز، دومیلیون و ۷۳۳ هزار و ۳۹۸ هزار و ۶۰۲ بازدید مربوط به جاذبه‌های مذهبی، چهار میلیون و ۸۴۲ هزار و ۹۱۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های تفریحی، ۲۲۳ هزار و ۷۰۳ بازدید مربوط به جاذبه‌های فرهنگی، یک‌هزار و ۴۸۷ بازدید مربوط به گردشگری سلامت و ۶۸ هزار و ۲۲۳ بازدید نیز مربوط به موزه‌های استان بودند؛ ضمن این‌که طی این مدت آمار ۴۵۰ هزار و ۹۲۲ نفربازدید نیز برای نمایشگاه‌های دائمی و غیردائم می‌رابط به صنایعدستی به ثبت رسید.

تحرکات دشمن بعد از عملیات «فتح ۱» –بر پایه این تحلیل انجام می‌گرفت که در صورت عدم مقابله جدی، قوای نظامی ایران با تقویت نیرو به سمت «زمر» و سپس سلیمانیه پیشروی خواهند کرد اما با وجود همه تلاش‌های دشمن، سرانجام در روز ۳۰ فروردین ۱۳۶۶ عملیات کربلای ۱۰ با «زمر یا صاحب‌الزمان (عج) ادرکنی» توسط نیروی زمینی سپاه در منطقه‌ای به وسعت ۲۵۰ کیلومترمربع آغاز شده. گزارش ایسنا، طی عملیاتی به نام «کربلای ۱۰» که در غرب کشور به اجرا درآمد، مناطق بسیاری به دست رزمندگان ایرانی آزاد شد. حضور نسبتاً گسترده کردهای معارض عراقی در این مناطق باعث شد تا در مرحله نخست گشایش جبهه تازه در غرب کشور، تلاش‌ها عمدتاً به اتصال عقبه مناطق آزاد شده به ایران و بازشدن عقبه نیروهای معارض معطوف شود. منطقه عمومی این عملیات در محور بنانه– سردشت از شمال به رودخانه مرزی «گلاس»، از جنوب به رودخانه «اُوسپویل»، از شرق به «سورکوه» و از غرب به ارتفاعات «گردهرش» و سپس

دستاوردهای عملیات «کربلای ۱۰»

ارتفاعات عمومی «اُسوس» منتهی می‌شد. این منطقه دارای عوارض حساس و ارتفاعات نسبتاً بلند و صعب‌العبور است.

تردد در این مناطق به خاطر نبود راه بسیار دشوار بود، اما به دلیل وجود درختان مرتفع در پایین ارتفاعات، وضعیت برای اختفای نیروهای عمل‌کننده و حتی تحرک و جابه‌جایی آنها در روز، کاملاً مناسب تشخیص داده شد. استعداد نیرو و گسترش دشمن در این منطقه تا قبل از عملیات «الفجر ۹» که در پاییز سال ۱۳۶۴ توسط نیروی زمینی سپاه صورت گرفته بود قابل توجه نبود، اما پس از آن و یویژه پس از دو عملیات «فتح ۱» و «۲» دشمن مجدداً حساس شد و تلاش‌های نسبتاً وسیعی را به منظور تصرف مناطق تحت تسلط کردها و مسدود کردن معابر وصولی به عمق خاک عراق انجام داد. چنان‌که تیپ‌های کاماندوی سپاه هفتم و سوم و چند تیپ و گردان مستقل دیگر با نظارت شخص صدام طی ۱۰۰ روز، بسیاری از ارتفاعات را به تصرف درآوردند.تحرکات دشمن بعد از عملیات «فتح ۱» –بر پایه این تحلیل انجام می‌گرفت که

هوش مصنوعی و آینده مبهم مترجمان!



باقی خواهد ماند. اما شاید افرادی که رمان‌های جنایی و عاشقانه را ترجمه می‌کنند و در حال حاضر به دلیل هوش مصنوعی کار کمتری دارند، همگی شسروع به ورود به موضوعات پیچیده کنند و همه ما برای فضا در آن جایگاه مبارزه کنیم. امیدوارم این‌طور نباشد!«ایان گیلز» رئیس مشترک انجمن مترجمان بریتانیا نیز فاش کرد که درآمد او از کارهای ترجمه تجاری از ابتدای سال ۲۰۲۳ به‌طور قابل توجهی کاهش یافته است. از دست دادن منبع درآمد از محل ترجمه برای مترجمان ادبی به معنای بالا بردن استانداردها برای ورود به صنعت است، به این معنا که تنها کسانی که ثروت دارند می‌توانند ادبیات را برای انتشار ترجمه کنند. او همچنین گفت که کاهش هزینه‌ها به ترجمه غیرادبی محدود نمی‌شود. یک ناشر متخصص در کتاب‌های الکترونیکی و کتاب‌های صوتی که قبلاً برای آن‌ها ترجمه کرده است، به فرآیندی به نام پس‌ویرایش تغییر کرده است، زمانی که مترجم هوش مصنوعی برای اولین بار ترجمه یک کتاب را انجام می‌دهد و پس از آن یک ویرایشگر انسانی متن را بررسی و تغییراتی ایجاد می‌کند.«Nuanxed»، شرکتی که ترجمه را از طریق «پس– ویرایش» تسهیل می‌کند، اعلام کرد در حالی که

۴۹۷ نفر در مناطق نمونه گردشگری، ۳۱ هزار و ۶۶۶ نفر در مجتمع‌های خدمات بین‌راهی و ۳۲۲ نفر نیز در پارک‌های ملی طبیعت‌گردی اقامت داشتند.هم چنین از میزان سه میلیون و ۶۳۱ هزار و ۱۹۹ اقامت ثبت‌شده در سطح استان خوزستان، شهرستان دزفول با ثبت یک میلیون ۷۰۴ هزار و ۴۰۸ نفرشب‌اقامت، بیشترین میزان اقامت از سوی گردشگران در سطح استان را به خود اختصاص داد و شوشتر با ۵۹۰ هزار ۸۳۷ نفرشب‌اقامت و اهواز با ۳۵۵ هزار و ۱۹۸ نفرشب‌اقامت در رده‌های دوم و سوم جای گرفتند.در این بخش اندیکا، ایزده، امیدیه، ماهشهر، بهبهان، اندیمشک، لالی، دزپارت، شوش، کارون، باغ‌ملک، مسجدسلیمان، هندیجان، گتوند، هفتکل، رامهرمز، شادگان، باوی، دشت‌آزادگان، آقاجری، حمیدیه، رامشیر و هویزه در رده‌های چهارم تا ۲۶ قرار گرفتند.در بازه زمانی یک ماهه ۲۶ میلیون و ۴۹۷ هزار و ۷۰۵ تردد در جاده‌های مواصلاتی استان به ثبت رسید. ضمن این‌که میزان تردهای ورودی به استان یک میلیون و ۳۰۸ هزار و ۴۱۷ و تردهای خروجی نیز یک میلیون و ۲۴۹ هزار و ۹۳۰ مورد بود.ستاد اجرایی خدمات سفر نوروز خوزستان در ۲۴۴ مورد بازدید نظارتی انجام‌شده در سطح استان طی مدت‌زمان نوروز تا عید فطر اشاره و اعلام داشت که از این تعداد ۱۰۹ مورد بازدید از مراکز اقامتی، ۶۶ مورد از دفاتر و شرکت‌های خدمات مسافرتی و ۴۴ بازدید از رستوران‌ها، مراکز پذیرایی و بین‌راهی انجام شده است؛ ضمن این‌که در این مدت درمجموع ۹ فقره تشویق به مراکز اقامتی و مراکز پذیرائی اعطا شده است. هم چنین ۱۵ واحد تأسیسات گردشگری شامل مراکز اقامتی و دفاتر و شرکت‌های خدمات مسافرتی نیز در این مدت تذکر دریافت کردند.

در این مدت تعداد ۱۰ فقره شکایت از مراکز اقامتی، هشت فقره از جاذبه‌های گردشگری و ۱۳ فقره شکایت نیز از دفاتر خدمات مسافرتیو گشت‌ها در سطح استان دریافت شد و این درحالی بود که شکایتی از مراکز پذیرایی و بین‌راهی تا پایان نوروز واصل نشد.در ایام نوروز بازرسان مخفی به طور مستمر از کمپ‌ها، ظرفیت اقامتگاه‌ها و امکانات گردشگران بازدید می‌کردند و در خصوص آسیب‌های احتمالی که ممکن بود برای مسافران اتفاق بیفتد به صورت روزانه رصد و پیگیری می‌کردند.برپایه اظهار ستاد اجرایی خدمات سفر نوروز خوزستان، جریان مسافرت به استان خوزستان در تعطیلات بهاری ۱۴۰۳ نشان داد که کیفیت خدمات‌رسانی در سطح استان خوب بود.ستاد اجرایی خدمات سفر نوروز در ۱۴۰۳ در خوزستان اسمازل از ۲۴ اسفند ۱۴۰۲ فعالیتش را آغاز کرد و ۲۴ فروردین ۱۴۰۳ همزمان با عید سعید فطر به کار خود پایان داد.



کار گروه ساماندهی مد و لباس کشور با اشاره به تصویب سند ملی سبک پوشش ایرانی اسلامی گفت: بر اساس پیمایش‌ها و داده‌های مرکز آمار ایران (تا پایان سال ۱۴۰۱) بیشترین مصارف فرهنگی خانوار ایران حدود ۵/۵ درصد است. طبعاً باید نظام فرهنگی کشور این دغدغه را داشته باشد. چراکه حوزه پوشاک و ملزوماتش مرتبط با نظام فرهنگی کشور است زیرا پوشاک و لباس جزو نیازهای اساسی به شمار می‌رود.وی ادامه داد: حدود ۵/۵ درصد از هزینه و مصارف فرهنگی خانواده ایرانی پوشاک است؛ اما نظام فرهنگی نه تنها در سال‌های گذشته بلکه در یک قرن گذشته که دولت مدرن در ایران مستقر بوده است، اساساً نگاه فرهنگی‌اش به این موضوع کمتر بوده است.رئیس کار گروه ساماندهی مد و لباس کشور در ادامه گفت: سال ۸۵ قانون ساماندهی مد و لباس به تصویب رسید و دبیرخانه‌ای در این باره به تأیید دولت وقت، در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی شکل گرفت.

دزفول در جایگاه‌نخست جذب گردشگران نوروزی خوزستان در ۱۴۰۳

فرش قرمزی که دوباره مقابل جام‌جم پهن شد

در حالی که از نیمه سال ۱۴۰۲ به تدریج سلبریتی‌ها به برنامه‌های تلویزیون بازگشته‌اند ولی به نظر می‌رسد میزان مخاطب برنامه‌های رسانه‌ای ملی که در این ماه‌ها افزایش یافته، همچنان با ارقام مطلوب فاصله دارد. ضمن اینکه بازگشت تلویزیون به رویکرد قبلی را می‌توان به سناریوی شکست‌خورده «سلبریتی‌زدایی» نسبت داد که البته سال گذشته در همین ایام، بخاطرش از سوی نهادهای نظارتی مورد تشویق قرار گرفته بود.

به گزارش ایسنا، با وجودی که سیاست‌گذاری دوره جدید سازمان صداوسیما درباره چهره‌ها، در سال‌های اخیر کمتر به شکل صریح رسانه‌ای شده است اما بر اساس خروجی آنتن تلویزیون، از مهر ماه ۱۴۰۰ برای حدود دو سال، بسیاری از مخاطبان و اهالی رسانه، به این دریافت رسیدند که تلویزیون حضور چهره‌های فرهنگی، هنری و ورزشی روی آنتن را محدود کرده و چه در مقام مجری و چه در مقام مهمان، تلاش روشنی برای معرفی چهره‌های تازه – نه استفاده از شهرت چهره‌های باسابقه – انجام می‌شود. اجرای این استراتژی که با عنوان «سلبریتی‌زدایی» به شهرت رسید، با پایان تدریجی چند برنده شاخص تلویزیون و پایان حضور چند مجری مشهور روی آنتن همراه شد. این رویه حتی در مقطعی مورد ستایش شورای نظارت بر صداوسیما هم قرار گرفت و صداوسیما نامه‌ای را از این نهاد نظارتی منتشر کرد که در آن به‌خاطر دوری از «سلبریتی زدگی» در برنامه‌های تحویل سال ۱۴۰۲ صداوسیما را مورد تشویق قرار داده بودند.با این حال از نیمه سال ۱۴۰۲، روند یادشده معکوس شد و سلبریتی‌ها به عنوان مجری و مهمان برنامه‌های زیادی به تلویزیون برگشتند. این بازگشت البته با حواشی نیز همراه بود که از مهمترین آن‌ها می‌توان جنجال بر سر تولید برنامه «سیم‌آخر» با اجرای رضا رشیدپور و در نهایت لغو آن دانست. مجری که این روزها با رفتن به شبکه نمایش خانگی قصد تولید برنامه‌های گفت‌وگو محور در همان حال و نوهی هارداک‌های معروف دهه ۸۰ در تلویزیون را دارد. در همین دو سال گذشته، بازیگران زیادی به عنوان مجری به تلویزیون اضافه شدند که از جمله آن‌ها می‌توان به محمدرضا گلزار مجری «پانتولیگ» سید جواد رضویان میزبان «معرکه»، علیرضا استادی مجری «شخصیات» و مجید واشقانی میزبان «ایران‌بین» اشاره کرد. مهران غفوریان، ایرج طهماسب، سروش جمشیدی و امین زندگانی نیز از دیگر این چهره‌ها بودند.

جلیلی: توجه به هویت ملی، رمز موفقیت صداوسیماست

رئیس سازمان صداوسیما در آیین تجلیل از برنامه‌سازان نوروز و ماه مبارک رمضان، رضایت و استقبال گسترده مردم از برنامه‌های رضایی و نوروزی صداوسیما و تقدیر رهبر معظم انقلاب را مایه افتخار رسانه ملی توصیف کرد. به گزارش ایسنا به نقل از روابط عمومی صداوسیما، پیمان جلیلی با اشاره به اینکه که رسانه ملی در مدتی کوتاه دو مرتبه مورد تقد و تحسین رهبری قرار گرفت گفت: رسانه ملی دو رویداد را بر سرلبندهای رقم زد، نخست اقدام بی سابقه در راهاندازی ۲۰۰ کانال انتخاباتی و دوم ویژه‌برنامه‌های ایام نوروز و رمضان که تلاش کردیم در تراز رسانه محبوب مردم، ایفای نقش کنیم و در نتیجه آن، رسانه ملی هم مورد توجه مردم و هم مورد عنایت رهبر معظم انقلاب قرار گرفت.وی افزود: بررسی میزان مخاطبان ما در دو مناسبت ویژه اسمازل امیدبخش بود و به‌منابه تلنگری برای مدیران، برنامه‌سازان، هنرمندان و حتی منتقدان است که جایگاه، نقش و موقعیت منحصربه‌فرد صداوسیما را جدی‌تر بگیرند. اینکه تک‌قسمت‌هایی از برخی برنامه‌های ما می‌توانند ده‌ها میلیون بار در فضای مجازی دیده شوند، گواهی بر همین گفته است.جلیلی همچنین گفت: باید چهره‌ها، ستاره‌ها و عناصر درخشان رسانه‌ملی را قدر دانست. جایگاه هنرمندان برای تبیین مسئولیت‌های اجتماعی و نقش هدایتگری آن‌ها برجسته است.رئیس صداوسیما از مشارکت نهادهای و مؤسساتی چون سازمان تبلیغات اسلامی، شهرداری و … در ساخت برنامه‌ها یویژه در این ایام قدرندگی کرد و با اشاره به ویژگی‌های متفاوت برنامه‌سازی برای عید نوروز که با ایام ماه مبارک رمضان مقارن شده بود، اظهار کرد: با افتخار و با عزم و جدیت برنامه‌سازان و همکاران، میزان مخاطبان ما نسبت به سال گذشته ۱۶ درصد افزایش یافته بود. البته که رقابت سنگین در این زیست‌بوم، تغییر مصرف رسانه‌ای و ذائقه‌های مختلف، کار را سخت‌تر کرده است و تولید برنامه‌های کیفی باید در بالاترین سطح اتفاق بیفتد تا مخاطب ماندگار باشد.جلیلی تأکید کرد: که بر تحول در رسانه ملی پافشاری می‌کنیم، به یک قدم کوتاه آمدیم و نه یک قدم کوتاه خواهیم آمد. سند تحول، میثاق‌نامه دوره مدیریتی جدید است و با قاطعیت دنبال خواهد شد. او با اشاره به اینکه پرچم تحول ما دو رنگ دارد؛ «هویت» و «عدالت»، عنوان کرد: سبک زندگی ایرانی اسلامی، فرهنگ و ادبیات و شعر، باورها و اعتقادات عمیق و رساخ دینی، اقوام متنوع ایرانی، پاره فرهنگها و آداب و رسوم شیرین مناطق مختلف کشورمان، لپچه‌ها و سنتها، باور به قرآن و ائمه (ع)، احساس تعلق امتی و تاثیر گذاری جهانی، انقلاب اسلامی و شهدا و هنر انقلاب و… عناصر هویتی ما هستند و از همین رهگذر، مصمم بودیم در برنامه‌های مختلف به‌خوبی به این عناصر توجه کنیم. رئیس صداوسیما اضافه کرد: پرداختن تاموتام به عناصر هویت ایرانی سروحده اقدامات ما در حوزه هویت محوری است و به‌عنوان نمونه، اگر به شعر می‌پردازیم برای آن است که از هویت قومی، و ملی‌مان غفلت نکنیم. همچنین بر خودمان فرض می‌دانیم که اگر به گوشه‌ای از خاک ایران توجه می‌کنیم، از گوشه دیگر غافل نشویم.