



جایزه شهید اندرزگو

افشا کننده حقایق دوران پهلوی است



میثم نیلی، مدیرعامل مجمع ناشران انقلاب اسلامی که به برنامه «جهان آراء» شبکه افق رفته بود درباره جایزه شهید اندرزگو گفت: «جایزه شهید اندرزگو جایزه دو سالانه و کاملاً

مردمی است که با تصمیم انجمن قلم، شهرستان ادب، مجمع ناشران، مراکز اسناد انقلاب اسلامی، مؤسسه مطالعات تاریخ معاصر، حوزه هنری و نهاد کتابخانه‌های عمومی پایه‌گذاری شده است. این جایزه ناظر با خلأ واضحی از روایت پهلوی بود، جریان روایت از دوره پهلوی بسیار بد و ناقص بود و از آن طرف جریانی پهلوی پرستی را به خورد ملت می‌دادند، وایسته‌ترین و دست‌نشانده‌ترین را به عنوان حکمرانی که جایگزین ندارد، ناپاک‌ترین تفکرات مردمی را به عنوان پاک‌ترین و دیکتاتورترین حکومت را به عنوان جمهوری خواه‌ترین حکومت در فضای مجازی روایت می‌کنند.

حضور سه خراسانی

در بین نامزدهای نهایی جشنواره شعر فجر



نشست خبری هفدهمین دوره جشنواره شعر فجر صبح دیروز (۹بهمن‌ماه)باحضورعلی‌رضانی،مدیرعامل‌مؤسسه‌خانه‌کتاب‌وادبیات‌ایران‌ورضا‌اسماعیلی،دبیر‌علمی‌این‌جایزه‌در‌مؤسسه‌خانه‌کتاب‌وادبیات‌ایران‌برگزار‌شد.در‌بین‌نامزدهای‌بخش‌های‌مختلف‌نام‌سه‌شاعر‌شناخته‌شده‌خراسانی‌هم‌دیده‌می‌شود. «هشت‌رود:ارزیابی‌و‌نقد‌آثار‌هشت‌شاعر‌انقلاب‌اسلامی»، اثر‌محمد‌کاظم‌کاظمی‌از‌انتشارات‌شهرستان‌ادب‌در‌بخش‌درباره‌شعر‌حضور‌دارد، همچنین‌هادی‌منوری‌در‌گروه‌شعر‌نویا‌کتاب‌«از‌کنار‌روزها»و‌سعید‌تاج‌محمدی‌با‌کتاب‌«دقایق»در‌بخش‌شعر‌کلاسیک‌حضور‌دارند.

در دیدار استاندار خراسان رضوی با مدیران ارشاد استان مطرح شد خراسان رضوی رتبه سوم چاپ کتاب در کشور را دارد

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان خراسان رضوی در دیدار با استاندار خراسان رضوی نیز گفت: رسیدن به جایگاه راهبری زیست‌بوم فرهنگی، هنر، رسانه و قرآن در خراسان رضوی مدنظر ماست.

محمد حسین زاده با اشاره به ظرفیت‌های استان در موضوع فرهنگ و هنر افزود: این استان دارای بیست اداره و هشت نمایندگی در شهرستان‌های استان است. وی ادامه داد: در این استان ۳۰۰ هنرمند دارای درجه هنری زندگی می‌کنند که ۲۳ نفر آن‌ها دارای درجه یک هنری هستند. حسین‌زاده با اشاره به اینکه در این اداره کل ۳۶ مجوز شامل امور فرهنگی، کتاب، چاپ، تبلیغات و فضای مجازی در استان خراسان رضوی صادر می‌شود، افزود: این استان دارای ۸۱ سالن سینما، ۳۰ مجتمع فرهنگی، ۴۸ تماشاخانه و ۲۱۸ کتابخانه عمومی است. وی تعداد مؤسسات قرآنی خراسان رضوی را ۱۳۳ مؤسسه و تعداد جلسات قرآنی محله‌محور استان را ۵ هزار جلسه اعلام کرد. حسین‌زاده با اشاره به اینکه این استان در تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده، جایگاه سوم کشور را دارد افزود: سال ۱۴۰۰ این استان توانست حدود هزار میلیارد تومان صادرات فرهنگی داشته باشد و از ابتدای سال تاکنون این رقم به ۲ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان رسیده است و عمده صادرات این استان در حوزه چاپ و به کشورهای افغانستان، عراق، تاجیکستان، ترکمنستان و ازبکستان بوده است. وی ادامه داد: برای ۷۸ طرح مشاغل خانگی تاکنون ۱۲ میلیارد تومان پرداخت شده است و این درحالی است که تعداد اشتغال ثبت شده این اداره کل در سامانه ملی رصد براساس تعهد ۷۰۸ نفر بوده است که اکنون ثبت اشتغال ۶۷۹ نفر با تحقق رشد ۹۶ درصد به ثبت رسیده است.

زین‌قنبر

علیرضا حیدری |مدرس ویراستاری

- **به این چندجمله‌دقت کنیم:**
- ۱. **انتظار می‌رود که بمباران‌ها شدت یابد.**
- ۲. **انتظار می‌رود که مردم بیشتری آواره شوند.**
- ۳. **انتظار می‌رود کم‌تر ی‌ساخت‌های بیشتری نابودشود.**
- ۴. **انتظار می‌رود که موج خروج وبلکه هجوم‌آوارگان**

اگر ای‌نی از مرزهای غربی‌اش، از کنترل خارج‌شود.
👇 نکته

«انتظار می‌رود، بار مثبت دارد و نباید برای جمله‌هایی که بار منفی دارند به کار رود.

در حالی که، باید گفته‌شود: حدس زده می‌شود… احتمال دارد…

#زین-قنبرپارسی

در نشست کارشناسی رویداد «رج» بیان شد

رسانه و رسالت احیای هویت محلی



گلشهر مشهد بیابیم و به فرهنگ افغانستانی بها دهیم و بگذاریم بخش‌های مثبت آن خود را بروز دهد، این موضوع به نقطه قوت برای شهر مشهد تبدیل می‌شود. رسانه باید این هویت محلی را تقویت کند و بی‌شک در احیا و حفظ این هویت نقشی ویژه دارد. امروزه وقتی با رسانه سروکار داریم، باید آدم‌هایی در محلات را به‌عنوان انسان رسانه آموزش دهیم که بتوانند دغدغه‌ها و دیدگاه‌هایشان را به دیگران برسانند. منظور از آموزش آن آموزشی نیست که در دانشگاه داده می‌شود و آن مفهوم توسعه می‌شود، مدنیت متفاوت است. رسانه‌ای که می‌خواهد به این مدنیت کمک کند، نمی‌تواند آن رسانه غربی باشد. درکی که ما از رسانه داریم، سخت‌افزاری است، درحالی‌که سطحی‌ترین لایه رسانه سخت‌افزار است. آنچه مهم‌تر از تکنیک است، آن نرم‌افزار و مغزافزاری است که کارمان را انجام می‌دهد. ما در ایران هرچیزی که از رسانه داریم، تقلید از غرب است که غایت خاص خودش را دنبال می‌کند. ما باید برخی تعاریف عملیاتی داشته باشیم. برای مثال،

اگر تعریف عملیاتی از رسانه نداشته باشیم، ذهنیت‌های ما به یک‌دیگر نزدیک نمی‌شود. در ادامه باید تعریف کنیم که رسانه محلی چیست. تا نسیتی که میان تعاریف و راهکارهایی که غربی‌ها دارند، با آنچه ما باید در پیش گیریم مشخص نشود. دچار سردرگمی خواهیم شد. یعنی اگر این نسبت روشن نشود، در ایزار ظاهر می‌بینیم افراد از رسانه، برای مسیری که نسیتی با غایت غرب ندارد. مسئله تعاون، همکاری و اشتراکات اجتماعی پیش از آنکه در اندیشه‌های غربی مطرح شود، در اندیشه‌های اسلامی وجود داشته است. یکی از مراکز مدنی قدیمی در جهان اسلام مساجد بوده‌اند. محله در فرهنگ اسلامی وجود داشته است و چیزی نیست به بگویم از غرب آمده است. محله باعث تکوین سرمایه اجتماعی می‌شود. ما بدون داشتن سرمایه اجتماعی نمی‌توانیم به آن پیشرفتی که مدنظر است، دست پیدا کنیم. هر جامعه‌ای از مجموعه‌هایی کوچک‌تر شکل گرفته است. آن اجزایی که می‌تواند شهر را ایجاد کند، محله است. »

تقویت هویت محلی و تبدیل تهدید تکثر به فرصت

استادی ی‌بابیان نقاط مثبتی که می‌تواند به مقوله هویت درباره مسائل شهر و محلات ارزش دهی داشته باشد، گفت: «موقعیت شهرهایی که بسیار مهاجرپذیرند و بر اساس مهاجرت شکل گرفته‌اند، مانند مشهد، شاید در وهله اول خطرناک به نظر برسد. زیرا در ظاهر می‌بینیم افراد از نژادها، ادیان و قومیت‌های گوناگون در کنار یکدیگر جمع شده‌اند و این تداخل و تکثر موزاییکی می‌تواند آسیب‌زا باشد. اما باید دانست که اتفاقا مفید خواهد بود.

اگر هویت محلی تقویت شود، این تکثر آسیب‌زا نخواهد بود. اگر بتوانیم در مشهد فرهنگ محلی را تقویت کنیم، درواقع داریم برای هویت‌های گوناگون ارزش قائل می‌شویم و آن‌ها را حذف نمی‌کنیم. اگر در محله

رسانه محلی و تغییر زاویه دوربین از شهرت به کثرت

فرصت دیده شدن در رسانه‌های کلان را نداشته باشند. اما این دیده شدن در رسانه محلی باعث خواهد شد مخاطبان بیشتری سوی آن‌ها بیایند. این به معنای توجه به نیاز مخاطب و در نتیجه نزدیکی به آن است. موضوعی که رسانه‌های رسمی از آن غفلت کرده یا شاید بتوان گفت ظرفیتی برای توجه به آن نداشته‌اند. در واقع رسانه نگاری محلی تغییر زاویه دوربین از روی ارزش خبری شهرت به ارزش خبری کثرت است. با این رویکرد را درگیر نمی‌کنند که در امام ^(ع) مکرر تأکید می‌کردند نزدیکی می‌شویم و حاصل اصلی و محوری آن که نیاز هر جامعه آزاده و مستقلی است، افزایش سرمایه اجتماعی و بسیج توده‌ها خواهد بود.

مختلف، بسترها خود شکل می‌گیرند و منتظر سیاست گذاری‌ها نخواهند ماند، اما مسئله این است که یک‌زمین برای داشتن حاصل، به هرس و ورود توانمند و دقیق نیاز دارد. امروزه یکی از اولویت‌های جدی برای فعالیت رسانه، ورود دغدغه‌مندی‌به میدان‌های بومی و محلی برای بیان دیدگاه‌هاست. رسانه محلی، زمینی جدید و حلقه ارتباطی میان مردم و مسئولان خواهد بود. در این بستر دردهای عموم مردم به طبقات تصمیم‌گیر و مجری منتقل می‌شود. این زمین بازی احیاگر هویت محلی و به تبع آن رشد جوامع است و هیچ‌گاه با بحران سوزه همراه نیست. شاید خیلی از سوزه‌ها و چهره‌هایی که در رسانه‌های محلی مطرح می‌شوند، هیچ‌گاه

اتصال میان نیاز نیازمندان و توان توانمندان تبدیل شدند. این حلقه اتصال اتفاق خیلی مهمی است. دکتر یونس شکرخواه درباره رسانه‌های محلی تعریفی دارد و می‌گوید که رسانه‌های محلی آنچه را رسانه‌های بزرگ با تلسکوپ می‌بینند، باید با میکروسکوپ نشان دهند. شبکه‌های ارتباطی محلی ما اکنون فعال نیست. برای همین نیز هویت و خرده‌فرهنگ‌های محلی ما در حال گم شدن و کم‌رنگ شدن است. نشریات محلی باید به سمت روزنامه‌نگاری توسعه بروند. در روزنامه‌نگاری توسعه و در چند سال گذشته رسانه‌های ما به شدت سلبریتی‌سازی کردند و ناگهان در این چند سال دیدیم که این سلبریتی‌ها با مردم نیستند و به شخص دیگری وکالت دادند. چنین اتفاقی به این دلیل رخ داد که افرادی زیاد از حد بزرگ شدند و به شکل کاریکاتوری برجسته شدند. رسانه‌های ما به جای اینکه ببینند و افرادی را ببینند که مصادق «إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاهُ» هستند، به دنبال شهرت رفتند. در روزنامه‌نگاری توسعه تأکید به جای اینکه روی

«که؟» و شهرت خبر باشد، روی «چه؟» و اصل فرایند است. یعنی این نوع روزنامه نگاری فرایندمحور است، نه رویدادمدار. برای مثال، میدان‌شهادی مشهد ساخته می‌شود و ما یک داستان، گزارش یا خاطره از کارگرهایی که میدان شهدا را ساخته‌اند، نمی‌بینیم! درحالی‌که در همین پروژه ساخت میدان‌شهادی مشهد یکی دو نفر کشته شده‌اند. در روزنامه‌نگاری توسعه اصل بر این است که باید به سراغ افراد کمتر دیده‌شده برویم؛ افرادی که کمتر دیده شده‌اند، اما بسیار مهم هستند. اگر این رویکرد پیاده شود، آن تعامل اجتماعی، بسیج توده‌ها و انسجام اجتماعی شکل می‌گیرد. مهم‌تر از همه این‌ها به وجود آمدن دیده‌بانی و نظارت است. یک کارکرد مهم رسانه‌ها رصد است و ببینند و هشدار دهند. وقتی ما به سمت محلی شدن و تربیت رسانه‌نگاران متعهد برویم، به این مهم خواهیم رسید. در رسانه محلی باید برخی افراد تربیت شوند که بتوانند از سوزه‌های اطراف خودشان مستندنگاری کنند. خیلی مواقع رسانه‌های محلی خواسته‌اند هم‌شکل رسانه‌های رسمی شوند و مرعوب رسانه‌های بزرگ‌تر شده‌اند. این خود مشکلی درباره رسانه‌های محلی است. باید در این زمینه از رسانه‌های محلی حمایت کرد و به آن‌ها شیوه درست را یاد داد تا حرفشان به آن افرادی که باید، برسد. رسانه محلی موتور محرکه توسعه جوامع محلی است و رسانه توسعه‌یافته خود می‌تواند عامل توسعه باشد. »

رسانه و ایجاد فضای مدنی

محمدجواد استادی، پژوهشگر اجتماعی، در بخش دیگری از این نشست گفت: «اگر بتوانیم بحران‌های مدنیت را برطرف کنیم، جوامع به سمت پیشرفت حرکت می‌کنند. نسبت میان دولت و مردم را می‌توانیم زمینه‌گفت‌وگوهای موسوم به مدنیت قرار دهیم. نقش

ضرورت در نظر گرفتن نیاز مخاطب

مجتبی محمودی، نایب رئیس خانه مطبوعات خراسان رضوی و مدرس رسانه، در ابتدای این نشست گفت: «محلی شدن مقدمه جهانی شدن است. ما در بحث رسانه به شدت به این موضوع نیاز داریم. باید رسالت‌ها و کارکردهای رسانه را در ارتباط با مخاطب تعریف کنیم. یک مشکل ما این است که در این سال‌ها نشریات و مطبوعاتمان مخاطب خود را گم کرده‌اند. برخی می‌گویند علت ضعف مکتوبات و نشریات در سال‌های گذشته ظهور شبکه‌های اجتماعی است. در عین حال که این گزاره درست است، استنباط پنده این است که مطبوعات ما پیش از ظهور شبکه‌های اجتماعی میدان را باخته بودند. نشریات و رسانه‌های محلی هنوز بسیار جای کار دارند، به شرطی که به شبکه نیاز مخاطشان نزدیک شوند. ما در اصفهان ماهنامه‌ای داریم با عنوان ماهنامه تخصصی قهوه. این ماهنامه مخاطبان بسیاری دارد، زیرا مخاطب و شبکه نیاز او را پیدا کرده است.»

مجتبی محمودی در ادامه با تأکید بر گسترش نگاه به مفهوم رسانه اضافه کرد: «ما به بازتعریف رسانه‌ها نیاز داریم. وقتی رسانه‌های دینی را بررسی می‌کنیم، می‌بینیم که در این حوزه رسانه‌های گوناگونی داریم. نماز جمعه خودش نوعی هفته‌نامه است یا مثلاً نماز عید فطر سالنامه محسوب می‌شود. باید دیدمان را در این حوزه دقیق‌تر کنیم. درباره موضوع‌های گوناگون همین‌طور است. برای مثال، درباره رسانه‌های شهرداری باید گفت که فضای یک وسیله نقلیه مثل تاکسی شهری یا اتوبوس یا راننده آن وسیله خودش نوعی رسانه است. حتی مکبرهای حرم مطهر رسانه هستند و رسانه را نباید در رسانه‌های رسمی شناخته‌شده محدود دانست. در جلسه‌ای که چندین سال پیش با آقای حمید مولانا، صاحب‌نظر عرصه رسانه، داشتیم، از او شنیدم که می‌گفت مهم‌ترین کارکرد رسانه بسیج توده‌هاست. یعنی او مهم‌ترین کارکرد رسانه را انسجام اجتماعی و ایجاد هم‌بستگی عمومی می‌دانست.»

«رج» حس لامسه اجتماعی است

نایب‌رئیس خانه مطبوعات با تأکید بر نقش و کارکرد رسانه و حلقه ارتباطی که میان مردم و مسئولان ایجاد می‌کند، گفت: «یکی از کارکردهای اصلی رسانه انتقال پیام مردم به مسئولان است. خط‌مشی و چشم‌اندازها در این حوزه همیشه از بالا به پایین و دیتا یا اطلاعات از پایین به بالاست. این یک اصل در مدیریت دانش است. باید پرسید که دردهای جامعه از کجا به مسئولان منعکس می‌شود؟ حس لامسه اجتماعی ما کجاست؟ من می‌خواهم بگویم که «رج» پاسخ می‌دهد این سوالات است. یعنی «رج» می‌تواند شبکه حس لامسه اجتماعی باشد و دردها، حرف‌ها و پیام‌های مردم را به مسئولان برساند. ما در بحث کرونا این موضوع را دیدیم. رسانه‌های ما در آن موضوع به حلقه

سرآدار

«همه ملت موظف هستند که نظارت داشته باشند در همه کارهایی که الان مربوط به اسلام است. اگر من یک پایم را کنار گذاشتم، کج گذاشتم، ملت موظف است که بگویند پایت را کج گذاشتی. خودت را حفظ کن.» این جملات امام خمینی ^(ره) ساخت و بافتاری درباره نسبت مردم و حاکمیت در ذهن ایجاد می‌کند. ساختاری که در لایه‌ها، ابعاد و مسیرهای مختلف باید به ارتباط میان مسئولان و مردم توجه کند. می‌توان گفت محوری‌ترین و مهم‌ترین شکل این لایه ارتباطی، رسانه است. اما کدام رسانه؟ در چند دهه گذشته، بافت رسانه‌ای که کارکرد اصلی آن

یادداشت