

جبهه روایت ۳: پیام در رسانه

«نمونه خوانی بیانات رهبر معظم انقلاب ـ نمونه انتخاب شده؛ نیمه اسفندماه سال ۱۳۸۱در جمع مسئولان صداوسیما» در یادداشت قبل نمونه خوانی صورت گرفته. کنشگری و سیر منطقی کار رسانه ای به همراه نمونه سازی موضوعی واقدامی درکلام رهبر معظم انقلاب را مرور کردیم. در این یادداشت ادامه همان بیانات را مرور می کنیم تا یک چرخه کامل روایت را در نگاه معظم له بررسی کرده باشیم.

دقت ایشان در بیانات و ارائه گزاره های واقعی توسط معظم له _ از سیر راهبردی تا ارائه راهکار دغدغه مندانه _ در فرایند روایت نشان از تأکید ایشان بر صحت کارکرد در این عرصه در روش و نگرش است؛

پیام هایی که ما باید به ذهن مردم منعکس کنیم. کدام هاست؟

● عدالت؛ باید در ذهن مردم جا بیفتد و نزد مردم طالب و عاشق عدالت _ عدالت اجتماعی و عدالت اقتصادی، هر دو _ به عنوان یک شعار اصلی شود. ما نباید از شعار عدل علوی عقب نشینی کنیم. مردم به عدل علوی نیازمندند و تشنه آن هستند... عدالت به طور مطلق مورد نیاز و مورد مطالبه جامعه است. نه اینکه به طور مطلق می توان عدالت را تحقق بخشید، یا ما آن آدم هایی هستیم که می توانیم؛ اما عدالت باید به طور مطلق مطرح شود تا هر مقدار که می توانیم، پیش برویم.

● انقلاب اسلامی؛ از پیام های مظلوم و فراموش شده ای که بار دیگر بایستی به آن اهتمام ورزید و آن را به ذهن های مردم منتقل کرد. عظمت و شکوه و اهمیت انقلاب اسلامی ماست. این انقلاب چیز کوچکی نبود و تمام هم نشده است. انقلاب یعنی تغییر بنیادین همه نهاد های اصلی زندگی جامعه؛ تغییر بنیادین آنچه غلط و کج و ناپیچاست، به آنچه صحیح و مستقیم و بجاست.

شما این پیام را باید منتقل کنید که انقلاب چیست؛ انقلاب یک ضرورت است. تمام نشده و وظیفه انقلابی بر دوش همه وجود دارد. نسل های بی درپی این را می پذیرند.

● ایثار و انفاق؛ الان پیام هایی منتقل می شود که... که ایثار و انفاق _ جان و راحتی و آسایش خود را برای دیگران فدا کردن _ را کارا براهانه و احقانه ای وانمود و قلمداد می کنند؛ در حالی که بزرگ ترین زیبایی های انسان، حضور چنین خصوصیتی در وجودش است و بزرگ ترین زیبایی های یک ملت، وجود انسان هایی با این خصوصیات است که البته این مخصوص اسلام و تشیع هم نیست. در همه جای دنیا هست.

● دیکتاتوری پول و شهوت؛ حقیقت تلخی در دنیاست که عمدا سعی می شود وجود محسوس آن نادیده گرفته شود و آن، دیکتاتوری پول و شهوت است. امروز پول در دنیا دیکتاتوری می کند و هر چه پول بخواهد و بپول دارها بخواهند. تحقق می یابد، ولو به دست خود مردم... این، دیکتاتوری کاملا پنهان و بسیار نافذ پول و شهوت است.

● زنده کردن ارزش؛ امروز تلاش می کنند که ارزش را به سود تبدیل کنند؛ آیا فلان کار یا فلان اقدامی که می خواهیم بکنیم و فلان حرکت دیپلماسی یا بین المللی که می خواهیم انجام دهیم، سود دارد یا ندارد؛ البته هیچ کس از سود نمی گذرد. سود هم وقتی شخصی نباشد و سود عمومی باشد، خودش یک ارزش است. اما سود، تنها ارزش نیست؛ ارزش های دیگری هم وجود دارد. گاهی سودی عاید انسان می شود؛ اما یک ارزش پایمال می گردد... بنابراین مسئله زنده نگه داشتن ارزش ها هم یکی از همین پیام هاست.

● مردم بدانند از حکومت چه باید بخواهند؛ در نامه امیرالمؤمنین علیه السلام به مالک اشتر، چهار نکته اصلی هست. در مجموع چهار نکته اصلی از مالک اشتر خواسته شده است که یکی امنیت آن منطقه ای است که در اختیار او گذاشته شده است. با عوامل ضد امنیت _ هم امنیت داخلی و هم امنیت خارجی _ باید برخورد شود، دومی، عدالت اجتماعی و اقتصادی است. سومی، تربیت معنوی و اخلاقی مردم است. می گوید مردم را از لحاظ اخلاقی و معنوی باید تربیت کنی. از نظر اسلام، حکومت ها نسبت به تربیت معنوی مردم بی تفاوت نیستند که بگویند خود مردم می دانند و هر کار که می خواهند بکنند، بکنند. همچنان که پدر در یک خانواده نسبت به تربیت فرزندان خود بی تفاوت نیست که بگوید مثلا هر کار خواستند بکنند، بکنند. پدر و مادر مسئولیت هایی دارند که باید انجام دهند. حکومت هم در جامعه در زمینه اخلاقی و معنوی مردم و رشد فضیلت های اخلاقی در آن ها مسئولیت هایی دارد. چهارمی هم رفاه و آبادی زندگی آن هاست. البته مسئله علم و ترویج علم و تحقیق و این ها هم در داخل رفاه و تربیت های اخلاقی و معنوی است. رفاه اجتماعی هم بدون علم و تربیت، هیچ وقت به وجود نیامده است.

این چهار چیز از جمله چیزهایی است که حکومت باید به عنوان مطالبات حقیقی مردم به آن ها بدهد.

● روایت حوادث گدشته برای توضیح تهدید های آینده و حوادث در شرف تکوین؛ قضایای جوامع انسانی و جهانی حقیقتا مشابه اند، چون باهمه تغییری که در وضع زندگی انسان ها به وجود می آید. عوامل تأثیرگذار حقیقی که زندگی انسان ها همیشه چیزهای معینی است، «سنت الله» که در قرآن می بینید، همین است. «ولن تجد لسنه الله تبديلا و لن تجد لسنه الله تحويلا» همین هاست؛ یعنی سنت هایی وجود دارد و تبدیل ها و تحول هایی به وجود می آید.

● حساس کردن مردم نسبت به تلاش های هرج و مرج طلبانه؛ یکی از سیاست های دشمنان نظام اسلامی و دشمنان انقلاب، ایجاد هرج و مرج در جامعه است. هرج و مرج در شرایط کنونی برای دشمنان، مطلوب است. ما باید مردم را نسبت به مسئله هرج و مرج حساس کنیم. باید جوانان را نسبت به این مسئله حساس کنیم که بدانند هرج و مرج یعنی چه، چه مشکلاتی دارد، چه تبعات غیرقابل تحملی دارد و چه کسانی از هرج و مرج در جامعه _ چه هرج و مرج سیاسی و چه هرج و مرج اجتماعی و ... _ منتفع می شوند.

● هویت؛ مسئله حفظ هویت دینی و ملی و انقلابی، یکی دیگر از ارزش هایی است که حتما بایستی به مردم منتقل شود. ● افشای تهدیدها یکی از همین پیام هایی است که بایستی حتما داده شود. ● تقویت روحیه مسئولیت شناسی در مردم، یکی دیگر از ارزش هاست. ● دشمن شناسی؛ دشمن ستیزی، مشخص کردن دشمن اصلی و متمرکز شدن روی دشمنان اصلی، از دیگر مسائل مهم است. بگردید دشمن اصلی را بیابید و به مردم معرفی کنید. ● امید آفرینی؛ یکی دیگر از پیام هایی که حتما باید منتقل شود، نفی دشمن سازی های موهوم، توسعه تفاهم اجتماعی و ایجاد امنیت روانی در جامعه است. یکی از عواملی که در ذهنیت کل جامعه، به قول روان شناسان «روان پریشی» به وجود می آورد، ناامیدی و یأس است. گاهی عوامل گوناگونی هم پیدا می شود که به طور طبیعی ایجاد یأس می نماید یا امید را ضعیف می کند. همین ها را تشویق نمودن و ناامیدی در مردم ایجاد کردن، خیلی خطاست. باید در مردم امید ایجاد شود.

● نمونه سازی، تنظیم خبر هد فمند؛ مسئله خبر هم بسیار مهم است. خبر، نیاز است؛ منتها هر چه می توانید، خبر راموثق، بهنگام، فراگیر و دارای خصوصیتی که گفتیم، بکنید. گاهی بخش یک خبر ضعیف و کمترموثق، در مردم ایجاد یأس می کند. گاهی یک خبر واحد را دو گونه می شود داد، مثلا خبر تجهیزات آمریکایی یا تجهیزات اسرائیلی را می شود به گونه ای داد که مردم انگیزه پیدا کنند که با آن به مقابله برخیزند؛ همان خبر را می شود طوری داد که مردم احساس کنند که نمی شود دست از یاتکان داد و اصلا هیچ حرکتی نمی شود کرد. پس نحوه دادن خبر باید امیدبخش باشد؛ البته خود خبر، مهم و حاوی نکات سودمند است.

● ● ●

در متن فوق سعی شد با تمرکز بر متن مبنا، سیمایی از رفتار رسانه در جبهه روایت ارائه شود. قطعاً ارائه یک الگوی جامع برای کنشگری رسانه و نقش آفرینی رسانه ای، نیازمند تحلیل چند وجهی از بیانات و نامه ها و ابلاغ ها و... رهبر معظم انقلاب وزعیم اندیشمند انقلاب اسلامی است که در این مجال نمی گنجد؛ اما دقت کنیم که برخی اوقات نوع بیانات ایشان به قدری به مرحله راهکار نزدیک می شود که خواننده متعجب خواهد شد که وقتی تا این حد صراحت در کلام معظم له وجود دارد، برای جریان رسانه انقلابی چه جحتی باقی می ماند که در اعمال برخی از این راهکارها پرهیز می کند و از آن بیشتر متعجب باید شد که در جریان نظارت بر رسانه برخی اوقات این رفتار مستند به نص و واضح حضرت آقا ممکن است به رفتار خارج از شمول انقلابیگری نیز تعبیر شود. امید است با مرور و روایت بی واسطه منویات زعیم عالی قدرمان بتوانیم گامی در راستای پیشرفت و فراگیری منطقی فرهنگ تبیین برداریم.

اعلام جزئیات واگذاری نهال به شهروندان برای کاشت در معابر فرعی

کلانای یکی از شهروندان در پیامکی نوشت؛ اطلاعاتیه ای خبری در مورد واگذاری نهال به شهروندان برای کاشت در معابر فرعی دیدم که جزئیات آن از قبیل اینکه چه افرادی می توانند ثبت نام کنند؟ چه درختانی داده می شود و شرایط را توضیح نداده بود. خواهش می کنم جزئیات را اطلاع رسانی کنید. به دنبال پیگیری پیام شهروند، مدیرعامل سازمان پارک ها و فضای سبز شهرداری مشهد در این باره اعلام



داروخانه ها شیرخشک نمی خرنند چون بیمه مطالباتشان را با تأخیر می دهد

کمبود شیرخشک، این بار پشت سد بیمه!



اواسط پاییز بود که کمبود شیر خشک در داروخانه ها، تیتیر یک بسیاری از رسانه ها شد. گمانه زنی هایی که گاهی این کمبود را ناشی از مشکلات توزیع مطرح می کردند، برخی تخصصی نیاقتن ارز برای خرید مواد اولیه را مشکل در تولید می دانستند. تعدادی هم بر نظارت نداشتن صحیح بر فروش شیرخشک و قاچاق تأکید داشتند. در این میان آنچه اهمیت دارد این است که مشکل در هر کجای زنجیره تولید، توزیع و عرضه شیرخشک در داروخانه ها باشد. این مردم هستند که باید تاوان این چرخه معیوب را بدهند و برای خرید یک قوطی شیرخشک به چند داروخانه سر بزنند و در نهایت کلافگی سردرگم و نگران دست خالی بگردند. بعد از حدود چهارماه گفته شد که به دلیل فراوانی تولید شیرخشک، هیچ مشکلی در توزیع آن دیگر مطرح نیست و با طراحی مدل ثبت سیستمی کد ملی به صورت سهمیه ای شیرخشک در داروخانه ها ارائه می شود. اما این روزها باز هم کلیه هایی از نبود شیرخشک در داروخانه ها به گوش می رسد. گزایه ای که این بار فقط از سمت مردم نیست و به صورت جدی از سوی داروخانه ها نیز مطرح می شود. برای بررسی میدانی کمبود شیرخشک به چند داروخانه در سطح شهر سرزدم تا دلایل این کمبود را جویا شوم.



روزنامه نگار ملیجعه جبهه پخش

که قید فروش شیرخشک را زدند. واقعا به دردسرش نمی ارزد. در اوج شلوغی داروخانه فردی که برای خرید شیرخشک مراجعه می کند باید برای او کد ملی ثبت کنیم. اگر این کار را انجام ندهیم بلافاصله بازرسی برخورد می کند.

او ادامه می دهد؛ اما دلیل اصلی کمبود در این روزها تأخیر بیمه سلامت در پرداخت مطالبات داروخانه است. شیرخشک را ۱۴۰ هزار تومان از شرکت می خریم ۸۰ هزار تومان به خریدار می فروشیم و مابقی را باید شش ماه بعد از بیمه سلامت بگیریم. حالا که فراوانی شیرخشک است، اما داروخانه ها نمی آوند چون واقعا به این شکل خرید شیرخشک برای اغلب ما ممکن نیست. هر چند که در بعضی از شرکت های تخصصی شیرخشک ها هم هنوز کمبود هست و مواد اولیه اش دیگر وارد نمی شود.

بیمه باید به تعهداتش عمل کند برای پیگیری این موضوع به سراغ سید علی جعفری نژاد، رئیس انجمن داروسازان خراسان رضوی می رویم. همان ابتدای گفت وگو مشکل را تأیید می کند و می گوید؛ داروخانه ها درست می گویند. در این زمینه سازوکار داروخانه ها با داروخانه ها یا مبلغ گران شیرخشک را از شرکت خریداری می کند. در این راستا بخشی از

کرد؛ کاشت نهال غیرمثمر رایگان مقابل منازل شهروندان در خیابان های فرعی که شرایط کاشت نهال را دارند به صورت رایگان انجام می شود. حسین مختاری افزود؛ شهروندان می توانند با مراجعه به سامانه www.gsms.mashhad.ir درخواست خود در این زمینه ثبت کنند. شرایط دریافت نهال نیز به این صورت است که عرض پیده رو کمتر از یک متر و هشتاد سانتی متر فاصله کاشت درختان از یکدیگر حداقل چهارمتر و فاصله تا سایر موانع و محدودیت ها حداقل سه متر باشد.



گزارش میدانی

معاونت هماهنگی امور اقتصادی استانداری برگزار و قرار بر این شده است که شرکت های پخش مساعدتی با داروخانه داشته باشند و مبلغ شیرخشک ها را در زمان بیشتری تسویه کنند. امیدوارم تا پایان سال این فرایند شروع شود و شرکت های پخش زمان فاکتورها را بیشتر کنند.

وی می افزاید؛ البته هم اکنون هم تعداد زیادی از داروخانه های مشهد شیرخشک دارند و از جیب خودشان هزینه می کنند تا بتوانند را در اختیار مردم بگذارند.

● تمام مارک های شیرخشک تولید می شود

رئیس انجمن داروسازان خراسان رضوی درباره محدودیت در تولید بعضی مارک های تخصصی شیرخشک بیان می کند؛ این مسئله درست نیست. تمام مارک های شیرخشک تولید می شود و در شرکت های پخش موجود است. مارک هایی مثل پری نان، آپتامیل، ببلاک، بیومیل موجود و تولید شده است و در اختیار داروخانه ها می تواند قرار بگیرد.

● نقش نظارت حذف شدنی نیست جعفری نژاد در پاسخ به گزایه برخی از داروخانه ها درباره بازرسی های سخت گیرانه در فروش شیرخشک تصریح می کند؛ به هر حال باید نظارت وجود داشته باشد. ما نمی توانیم نقش نظارت را حذف کنیم. باید مشخص باشد یک داروخانه شیرخشک را چطور تهیه و چگونه عرضه می کند. این نظارت از سوی معاونت غذا و دارو به خوبی انجام می شود. به هر حال داروخانه جزو مجموعه دانشگاه و معاونت غذا و داروست و باید پاسخ گوی عملکردش باشد.

وی می افزاید؛ شاید منظور آن ها درباره نظارت دیگر نهادهاست که مورد تأیید ما نیست. مثلا نظارتی که از طریق تعزیرات یا جهاد کشاورزی یا بازرسی انجام می شود. سازمان جهاد کشاورزی وظیفه اش در خصوص شیرخشک صنعتی است و ربطی به داروخانه ندارد و وقتی بازرسی از طریق این نهادها انجام شود همکاران ما در مضیقه قرار می گیرند.

جعفری نژاد با ابراز امیدواری برای حل این مسئله می گوید؛ امیدواریم مساعدتی که شرکت پخش قرار است انجام بدهد اجرایی شود و از طرفی بیمه ها نیز به تکالیف خود عمل کنند تا نه داروخانه ها دچار مشکل ونه مردم با سختی خرید شیرخشک روبه رو شوند.

مبلغ را خریدار می پردازد. اما بقیه مبلغ برعهده سازمان بیمه است که باید به داروخانه پرداخت کند. متأسفانه در این باره هیچ روال مشخصی وجود ندارد که بیمه چه زمانی این مبلغ را پرداخت می کند.

جعفری نژاد با بیان اینکه داروخانه ها این نگرانی را دارند و مسئله این نیست که نخواهند شیرخشک بخرند، ادامه می دهد؛ داروخانه ها توان اقتصادی خرید را ندارند مگر اینکه بیمه به تعهداتش عمل کند و مطالبات داروخانه ها را واریز کند تا داروخانه ها بتوانند مجدد شیرخشک را تأمین کنند.

این یک چرخه اقتصادی است که باید عددی به شرکت ها پرداخت شود. دوباره از سازمان بیمه جریان شود تا داروخانه هم بتواند شیرخشک را مجدداً تأمین کند. رئیس انجمن داروسازان خراسان رضوی تأکید می کند؛ در حال حاضر شرکت های پخش تعداد زیادی شیرخشک در انبارهایشان دارند که می توانند توزیع کنند اما داروخانه ها

با شرکت های پخش گفت وگو کردیم جعفری نژاد درباره اقدامات انجام شده برای حل این مسئله بیان می کند؛ جلساتی با شرکت های پخش از سوی

داروخانه ها توان اقتصادی خرید را ندارند مگر اینکه بیمه به تعهداتش عمل کند و مطالبات داروخانه ها را واریز کند

● بیمه باید به تعهداتش عمل کند

برای پیگیری این موضوع به سراغ سید علی جعفری نژاد، رئیس انجمن داروسازان خراسان رضوی می رویم. همان ابتدای گفت وگو مشکل را تأیید می کند و می گوید؛ داروخانه ها درست می گویند. در این زمینه سازوکار داروخانه ها با داروخانه ها یا مبلغ گران شیرخشک را از شرکت خریداری می کند. در این راستا بخشی از

● فقط یک مارک شیرخشک داریم

در قفسه های داروخانه بعدی شیرخشک آپتامیل به چشم می خورد. به مدیر داروخانه می گویم؛ شما ظاهراً مشکلی در خرید شیرخشک ندارید؟ پاسخ می دهد؛ فقط همین یک مارک را می توانیم بخریم که متقاضی زیادی داریم وگرنه سایر مارک ها را نداریم. مطالباتمان را بیمه با تأخیر پرداخت می کند. از طرف دیگر باید از شرکت نقدی بخریم. اغلب داروخانه ها چنین توان اقتصادی را ندارند. وقتی بیمه بعد از شش ماه یا بیشتر پول را برمی گرداند چون باید از شرکت ها نقدی شیرخشک بخریم. برای خرید شیرخشک بخشی از مبلغ را مردم می پردازند بقیه را شش ماه باید منتظر باشیم تا از سمت بیمه پرداخت شود. این مدیر داروخانه ادامه می دهد؛ اگر نقدی بدهند حتی سود هم نداشته باشیم مشکلی نداریم. اما با این شرایط اگر میلیاردر هم باشیم نمی توانیم از پس این موضوع بر بیاییم.

● قید فروش شیرخشک را زدیم همان بدو ورود به داروخانه دیگری، در پاسخ به سؤال مدیر فروش می گوید؛ شیرخشک اصلاً نداریم. اما می توانم راهنمایی کنم از کجا بگیرد. از او درباره دلایل کمبود شیرخشک در اغلب داروخانه ها می پرسم که

می گوید؛ بازرسی های سخت گیرانه اغلب داروخانه ها را به سمتی برد

● سهمیه ما همان اول قطع شد

به داروخانه بعدی می روم. پزشک

کلانای رضایی، یکی از شهروندان،

درباره معضل ورود بانوان به قسمت آقایان در اتوبوس های شهری در پیامکی نوشت؛ در اتوبوس های سازمان اتوبوس رانی بانوان از

صندلی های قسمت مردانه آزادانه استفاده

می کنند. اگر بخش بانوان جلدست چاره ای برای جلوگیری از ورود زنان به این قسمت اندیشیده شود این مشکل بارها مطرح شده است، اما پاسخی نداده اند.

به دنبال پیگیری پیام شهروند، عباس اتحادی،

مدیر روابط عمومی سازمان اتوبوس رانی شهرداری مشهد در این باره اعلام کرد؛ با توجه به اینکه راهبری ناوگان نیازمند تمرکز همکاران اتوبوس ران و مینی بوس ران است، از همین رو

همراهی شهروندان برای محدوده های تفکیکی خواهران و برادران در اتوبوس ها

ابلاغ لازم به اتوبوس ران ها و مینی بوس ران ها برای کنترل طرح تفکیک خواهران و برادران در ابتدا و انتهای خطوط، صورت پذیرفته است. همچنین همکاری و تعامل مسافران عزیز در این باره کمک شایانی به رفع این موضوع خواهد کرد.

نگاه روز

شهروندی ضمن تماس با سامانه ۱۳۷ شهرداری مشهد درخواست کرد که جدول محدوده سکونتشان پوشانده شود. در متن پیام این شهروند آمده است: از شهرداری منطقه تقاضا می کنیم که جدول واقع شده در بولوار مصلی، حذفاصل مصلی ۳۰/۱ تا ۳۰/۳ پوشانده شود.

پس از ثبت این پیام در سامانه ۱۳۷ و اعلام آن به منطقه، به ترمیم و پوشاندن جدول اقدام شد.



قبل

بعد