

# پیام مقاومت فعال از خلیج فارس

صفحه‌های ۲ و ۷ را بخوانید



مجوز کارگردانی به یک اینفلوئنسر بحث‌ها درباره سیاست کلان سینمای ایران را داغ کرد، حاکمیت پول بر سواد و رشد عقلانی افراد پیروز شده است؟

## کارگردانی سینما با پول؟

روزنامه خبری تحلیلی، دانشگاهی صبح ایران  
صدای نخبگان، نگاه جوانان  
۱۶ صفحه  
تهران ۴۰۰۰ تومان  
شهرستان‌ها و واحدهای  
دانشگاهی ۱۵۰۰ تومان



www.fdn.ir | Wed | 29 Jul 2020 | vol.12 | No. 3097 | 16 Pages

صعود شرکت‌های فناوری، سقوط خودروسازی و هواپیمایی در ۶ ماهه اول ۲۰۲۰

# کرونا با اقتصاد جهان چه کرد؟



تغییرات فروش چند شرکت بزرگ در ۶ ماهه اول ۲۰۲۰ نسبت به سال گذشته

کارشناسان می‌گویند فعلا فقط برای گروه‌های پرخطر نیاز به واکسن داریم

### بازی ماسک با واکسن آنفلوآنزا تکرار نشود

۱۶

رئیس مرکز سنجش و پذیرش دانشگاه آزاد اسلامی در گفت‌وگو با «فرهیختگان»:

### کیفیت آموزش در جذب با سوابق تحصیلی با بقیه فرقی ندارد

۱۶

«فرهیختگان» گام‌های ابتدایی شفافیت پارلمانی در برخی کشورها بررسی کرد

### شفافیت رای در پارلمان‌های دنیا با یک کلیک

۱۶

یادداشت

## جای خالی پیوست رسانه‌ای...

اساسی باید به حساب آورد. (حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۳۹۹/۴/۷) در این بیانات ضمن تشریح اهمیت و ضرورت اهتمام به فعالیت‌های هنری و رسانه‌ای و اکتفانکردن به ارائه خام آمار و ارقام، راهکارهایی هم ترسیم شده که هم آن از قرار زیر است:

۱- استفاده از ابزار هنر و رسانه در جهت عرضه صحیح و نشان دادن مبانی نظام قضایی اسلامی.

۲- حضور در رسانه، فقط اختصاص به حضور سخنگو، آن هم صرف بیان آمار و ارقام نیست.

۳- در تولید آثار هنری که مجوز نمایش هم می‌گیرد، نیاز است تا قوه قضائیه با تدوین منشور و دستورالعملی، در کیفیت ارائه و عرضه ارکان قوه قضا وارد پیدا کرده و همواره به عنوان ناظری حاضر، خروجی تولیدات رسانه‌ای نمایشی را رصد کرده و اشکالات آن را برای بالابردن سطح فهم مخاطبین رفع کند.

۴- تحت تاثیر قرار نگرفتن و کوتاه‌نیامدن مسئولان قضایی، از رأی صادره خود، با توجه به حجم تبلیغات تحریک‌آمیز رسانه‌ای دشمنان، علیه نظام و برخورد شجاعانه و مسئولانه با آن.

در پایان لازم است بدانیم، اخبار و اطلاعات قوه قضائیه به صورت عمده خلاصه شده است در گزارش‌های فرهنگی سخنگوی قوه قضائیه، گزارشی از جلسات فرهنگی دوشنبه‌های مسئولان قضایی کشور، برخی دیدارهای استانی (که فعلا کرونا آن را تعطیل کرده) و بازدیدهای گاه‌وبیگاه. همچنین قوه قضائیه تنها دارای یک سایت رسمی در فضای مجازی است که آن هم اختصاص به نشر اخبار دارد. بنابراین لازم است با توجه به بیانات حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در مورد ورود و حضور مقتدرانه، مخلصانه و آگاهی‌دهنده قوه قضائیه در فضای رسانه‌ای، طرحی جامع تدوین شود و حوزه روابط عمومی قوه، بسیار فعال و آگاه وارد شود. ضمناً از سوی مجریان و در اختیار دارندگان بودجه و تخصیص آن دیگر تصمیم‌گیرنده‌های مرجع در رسانه و نیز مسئولان ذی‌ربط قضایی، تمهیدات لازم اندیشیده شود تا حوزه مدیریت رسانه و تصویر قضایی کشور، جان دوباره‌ای گرفته و از نگاه‌های سنتی و غیرمعاصر اجتناب شود.

دراختیار؟ مهم‌ترین ضعف قوه در عرصه رسانه را می‌توان نداشتن پیوست رسانه و عدم طراحی آن دانست.

۴- نبود شبکه پاسخگویی به شبهات مطروحه خارجی.

۵- انفعالی عمل کردن در فضای رسانه‌ای که موجب ظلم به دستگاه قضایی شده است.

۶- عدم ارتقا و بهبود کیفیت اطلاع‌رسانی در مبارزه با فساد، آن‌طور که در بلندمدت، ارزش خبری این اقدام‌ها در زندگی توده مردم قابل مشاهده نیست و می‌تواند صرفاً به تصویرسازی‌های سیاه از جامعه و حاکمان و کارگزاران منتهی شود.

**استفاده از ابزار رسانه، برای ایجاد تحول در قوه قضائیه**

یکی از لوازم ایجاد تحول در دستگاه قضایی، استفاده از ابزارهای رسانه‌ای است که در بیانات حضرت آیت‌الله خامنه‌ای هم، ضمن دیدار با مسئولان دستگاه قضایی به آن اشاره شده بود: «یک نکته دیگری [...] در مورد تحول [...]، فعالیت رسانه‌ای و هنری در باب کار قضایی و تحرکات قضایی است. ببینید، دشمنان حرکت عمومی نظام جمهوری اسلامی، از همه راه‌های ممکن برای دشمنی استفاده می‌کنند و به هر نقطه‌ای از نقاط نظام جمهوری اسلامی که بتوانند، از همین طرق مختلف، ضربه می‌زنند که از جمله [آنها] مسائل قضایی است. [...]، متأسفانه در داخل هم حتی با غفلت بعضی از مسئولان مربوط به این مسائل، کارهایی می‌کنند، فیلم‌هایی می‌سازند که اساس و مبانی قضایی جمهوری اسلامی را زیر سوال می‌برد و متأسفانه این فیلم‌ها در بازبینی‌های این نشست‌های عمومی هنری و مانند اینها، مورد توجه قرار نمی‌گیرد و اینها اگران هم می‌شود، روی پرده هم می‌آید و پخش هم می‌شود؛ این خیلی چیز بدی است. قوه‌ی قضائیه باید به این مساله توجه کند، صرفاً کار تبلیغاتی و رسانه‌ای این نیست که شما بیاید آمار بدهید؛ خوب بله، سخنگوی محترم قوه قضائیه می‌آید توضیحاتی می‌دهد، آماری می‌دهد، خیلی هم خوب است، اینها لازم هم هست، اما کافی نیست. [...] برای اینکه ذهن مردم به معنای واقعی کلمه متوجه به این قضایا بشود، کار هنری لازم است، کار رسانه‌ای به معنای هنری لازم است؛ این را جزء کارهای

ابزارهای موجود برای ارائه درست شعارهای انقلاب و مقابله با افکار انحرافی، دشمنی‌ها و نشان دادن اهداف تخریبی آنهاست. سخن گفتن از سرفصل‌ها و ویژگی‌های رسانه، به فرصت دیگری نیاز دارد اما در مجموع، در نظام اسلامی اطلاع‌رسانی به‌عنوان وظیفه و کارکرد اصلی رسانه است؛ لذا انتظار می‌رود فضایی جهت پاسخگویی مسئولان به مردم، رفع شبهات به وجود آمده به‌وسیله دشمن و حتی تقابل و مبارزه و به چالش کشاندن رویکردهای رسانه‌ای آنها هم باشد. بنابراین نباید از تاثیر رسانه بر افکار غافل شد و لازم است نهایت بهره از آن برده شود. خاصه آنکه جنگ رسانه‌ای کنونی، جنگی نابرابر و سنگین است و دشمن در پی شکست در جنگ نظامی، این جبهه را محل خوبی برای زورآزمایی و ضربه‌زدن به آرمان‌های انقلاب دانسته و با شناخت نقاط ضربه‌پذیر ما در عرصه قضایی، نیروهای فراوان و متنوعی را برای این منظور گرد هم آورده و آرایش سهمگینی مقابل مان چیده است.

**برخی از نقدهای رسانه‌ای**

یکی از شگردهای دشمنان و مهره‌های داخلی و خارجی آن، ایجاد شبهه در عملکرد قضایی و اتهام‌زنی برای به‌وجود آوردن مانع، در روند رسیدگی به مفاسد است. از همین رو، شبهه‌پراکنی برای حمایت از مفسد و ایجاد جو روانی جهت گمراه‌سازی مردم، نهایتاً به منظور تقابل با نظام است. بخشی از بسترهای تسهیل‌کننده این شبهات را باید در عملکرد قوه قضائیه دید که از ضعف‌هایی برخوردار است. به‌طور مختصر به برخی از آنها اشاره می‌شود:

۱- عدم شفاف‌سازی و پرهیز از بیان علت صدور برخی از احکام قضایی؛ این موضوع مفروض است که حتماً قبل از شهبه‌پراکنی است تا سوءاستفاده از حکم به حداقل برسد.

۲- علنی برگزارنشدن برخی از جلساتی که دارای وجه امنیتی نیست و موجب افشای اسرار نمی‌شود؛ در اینجا منظور آن بخش از رسیدگی‌هایی است که دارای وجه عمومی است؛ همچنین چه اشکال دارد که توان استدلال قضات به سمع و بصر عموم برسد؟

۳- عدم استفاده درست و صحیح از ابزارهای رسانه‌ای

مورد احکام صادره می‌شوند. هرچند پرداختن به اقناع این طیف از بداندیشان ائتلاف منابع است، اما باید طوری عمل و اطلاع‌رسانی کرد که تا جای ممکن، امکان این غرض‌ورزی‌ها و تخریب‌ها از آنها گرفته شود زیرا بیشتر مردم که با عنوان افکار عمومی از آنها یاد می‌شود، خواه‌ناخواه متأثر از رسانه و جریان تبلیغاتی هستند که در این میان وزن تربیون‌ها و بوق‌های تبلیغاتی گروه‌های مغرض یاد شده سنگین‌تر و اثرشان بیشتر است. گروه‌هایی که بدون اشراف بر ابعاد مختلف موضوع و دست‌کم گذراندن دوسه واحد احکام حدود و قضا، تنها برای ایجاد ذهنیت منفی، ناامیدی از نظام و براندازی آن، دست به چنین اقداماتی می‌زنند (که البته ناشی از طبیعت و فلسفه ایجادی‌شان است). در نتیجه اگر این قسم از رسانه‌ها موجب ایجاد شبهه بین مردم شده و بتوانند تاثیر خود را در افکار عمومی بگذارند، آن وقت باید به حال رسانه‌های عمومی، دستگاه‌های متولی و بسترهای مجازی نهادهای انقلابی و قضایی، چاره‌اندیشی کرد تا با تمام توان رسانه‌ای خود، به میدان بیایند؛ چراکه امنیت‌بخشی و برخورد با برهم‌زننده‌های امنیت، خط‌قرمز نظام است و بر سر آن با کسی سازش و مسامحه ندارد. اما نکته مهم اینجاست که با عدم طراحی رسانه‌ای با اهتمام و التفات به پیوست‌های رسانه‌ای احکام، نمی‌توان با ایده‌های ناقص و غیرجامع و سبک گرفتن امر، به جنگ رسانه‌ای با دشمنان بدخواه رفت.

**وظیفه رسانه، اقناع مخاطب**

هدف اصلی از تولید برنامه‌های رسانه‌ای، ایجاد ذهنیت یا تغییر آن است. در انقلاب اسلامی هم رسانه نقش بسیار مهمی دارد؛ این‌طور نیست که نفی‌کننده مطلق رسانه باشد، بلکه بر این عقیده است که باید از آن در جهت ترویج آرمان‌های انقلاب اسلامی استفاده درست، بجای حد اکثری کرد. با این حال، برخی در اوایل انقلاب گمان می‌کردند سیاست جمهوری اسلامی، مقابله با ابزارهای مدرن و ظواهر آن مانند سینما، رادیو و تلویزیون است و انقلاب اسلامی آنها را تعطیل می‌کند. اما برخلاف نظرات این عده، سیاست‌های کلی انقلاب اسلامی، استفاده حد اکثری از

**راضیه کریمی منش**  
پژوهشگر حوزه رسانه

ضعف در تبلیغات و اطلاع‌رسانی با هدف ارائه فعالیت‌ها و عملکرد صورت گرفته در دستگاه‌ها و نهاد‌های نظام توسط مسئولان، یکی از مشکلات مزمن و اساسی به‌شمار می‌آید. در نتیجه لازم است در گام دوم انقلاب اسلامی، به آن توجه ویژه‌ای شود. ضمن اینکه برای تذکر این نارسایی در بیانه گام دوم، ذیل عنوان پنجم از افتخارات جمهوری اسلامی که مربوط به عدالت است، از عبارت «تبلیغات نارسای مسئولان» استفاده شده است. اما در مقابل، از تبلیغات دشمن هم با دو ویژگی: «مروج فساد و بی‌بندوباری» و «پر حجم» یاد شده است. این نشان می‌دهد رسانه‌های دشمن با وجود عدم محتوای درست و در عین حال با محتوای ترویج‌کننده فساد، حجم زیادی از فعالیت‌های رسانه‌ای را به خود اختصاص داده‌اند. متأسفانه در دستگاه‌های حاکمیتی، توجه درخور و شایسته‌ای به حوزه مدیریت افکار عمومی و استفاده از تبلیغات نمی‌شود. در این جستار کوتاه، به فضای رسانه‌ای یکی از پرترباط‌ترین نهادها، به جهت ماموریت که مورد توجه حداکثری دستگاه رسانه‌ای و تبلیغاتی دشمن قرار گرفته است، یعنی دستگاه قضا می‌پردازیم.

**طبیعت قهر به قوه قضائیه**

بخشی از انتقادهایی که به قوه قضائیه و عملکرد آن می‌شود، امری عادی است؛ چرا که دستگاه قضا دارای طبیعت قهریه است؛ لذا شامل احکام و مجازاتی است که بالطبع برای مبارزه با انواع فساد‌های موجود در جامعه، چاره‌ای به جز وضع و اجرای احکام و قوانین بازدارنده نیست. در برخی از موارد با توجه به اینکه سعی شده است قوانین قضایی منطبق با قواعد و ضوابط شرع مقدس اسلام باشد؛ می‌بینیم هنگام اجرای چنین قوانینی، دشمنان و عده‌ای از مغرضان داخلی با علم به جهل افکار عمومی نسبت به فلسفه وضع احکام، زبان به اعتراض گشوده و سبب تخریب و ایجاد شبهه در