

آمار مسافران تعطیلات هفته گذشته نشان می دهد
اکثر سفرها با ارزان ترین مدل های ممکن بوده
که معنای آن لاغر شدن طبقه متوسط است

جاده‌ها در تسخیر سفرهای اقتصادی

سرقت طلای ورزشکار ایرانی در روز روشن
به آن افتتاحیه المپیک می آمد

دزدان رودخانه سن علیه پسر ایران

۲

قبل از انتخاب رشته این گزارش را بخوانید

۷۱ درصد رشته‌ها

فرصت استخدام دولتی ندارند!

۴

کارشناسان بازار سرمایه از ویژگی های لازم رئیس جدید بورس می گویند

فرمول سبز شدن پرتفو

۱۶

رئیس دانشگاه واحد هنرهای اسلامی - ایرانی استاد فرشچیان خبر داد

بورسیه برترین فارغ التحصیلان

هنرستان‌ها در رشته نگارگری

۶

پیشنهادهایی برای تصویر

رسانه‌ای رئیس جمهور

مصطفی آقاجانی
پژوهشگر رشته بازاریابی سیاسی مرکز رشد دانشگاه امام صادق (ع)

موفقیت رئیس جمهور، موفقیت همه است. این تنها یک جمله نیست، بلکه یک مبنا و اصل تغییرناپذیر است. هم برای دیگران و هم برای خود رئیس جمهور. هم دیگران اعم از دوستان و حامیان و رقیبان باید برای این موفقیت با تمام قوا وارد شوند و هم خود رئیس جمهور باید طوری عمل کند که در نهایت نتیجه کارهایش موفقیت و به ثمر رسیدن مأموریت های نظام اسلامی باشد. در این مختصر به یکی از ابعاد و لوازم موفقیت رئیس جمهور پیشنهاد می‌دهم.

در رسانه و تبلیغات می پردازیم. با اعلام خبر سقوط دلخراش هلی کوپتر رئیس جمهور قفید و ثابت شدن درستی خبر شهادت ایشان و همراهان شان، اولین سوالی که در افکار عمومی شکل گرفت، این بود که «حالا چه کسی رئیس جمهور می شود؟» این سوال که با غم از دست دادن رئیس جمهوری پر تلاش و دلسوز آمیخته شده بود، گمشده خویش را از میان کاراکترهای سیاسی موجود در شخص دکتر مسعود پزشکیان یافت.

پزشکیان نیز مانند رئیس ساده و صمیمی بود، مثل او مردمی و دلنشین جلوه کرده و سعی می کرد صداقت و دین خود را در مقابل توصیه های بدون مبنای کمیپنرها وجه معامله انتخابات نکند. او خودش بود و اگر از پاره ای اظهار نظرات و برداشت های شخصی اش از وضعیت موجود درگذریم، تا حد زیادی انصاف را نیز رعایت کرد.

پیام محوری و دلنشین کمپین پزشکیان در ایام انتخابات روی این گزاره ساده شده دور می زد که «اویکی مثل ماست، هم فاسد نیست هم دلسوز و راستگوست.» دقیقاً شبیه شاخص های مثبتی که شهید رئیس با خود به یاد می کشید. البته پزشکیان گزاره های دیگری را نیز با خود حمل می کرد، از جمله آنهایی توان به القای کشایش در مذاکرات رفع تحریم از رهگذر هم نشینی با محمد جواد ظریف و کلید واژه ذهنیت کلیدی «تغییر اتمام و یاد داری های پیشین» از خلال تحولات در کابینه، روش و رویه های حکمرانی.

در عین این تشابهات و تمایزات مثبت، پزشکیان نقاط تمایز و تشابه منفی ای را نیز یاد می کشد. نقطه تشابه منفی او این است که کمیپنرها همچنان که از پیش از انتخابات دور او را گرفته اند تا انتها دوره اش کنند و دست از سرش برندارند. نقطه تمایز منفی او از شهید رئیس نیز آنجایی است که رئیس را در قیاسه مدیری ملی مجهز به برنامه ها و ایده هایی می یافتیم و رئیس جمهور مستقر از این ناحیه نیازمند تقویت و دستگیری است.

اما آنچه از مسعود نگارنده برای مسعود پزشکیان (حفظه الله) نگران کننده است، استمرار کمپین تبلیغاتی طراحی شده پیشین - که نگاهی کوتاه مدت بر آن سوار بود - بدون ایجاد تغییر در واقعیت های میدانی است. به عبارتی اگر در دوره تبلیغات ما با کاندیدایی ساده و صمیمی مواجه بودیم، اکنون به همان میزان یا بیشتر نیازمند مدیری مقتدر، مطلع و فعال هستیم و هرچه این فرآیند انتقال از کمپین تبلیغاتی دوره انتخابات به کمپین سیاسی دوره اداره رئیس جمهور بیشتر طول بکشد، هزینه ها و انتظارات بیشتری را در پی خواهد داشت.

از جمله این هزینه های توان به انباشته شدن بیشتر انتظارات و ایجاد حس سرخوردگی در میان آحاد مردمی اشاره کرد که نگاه و دغدغه شان و حتی سفره شان از اینفلوئنسر ها و صحنه گردانان رسانه ای متمایز است و در عین حال طیف اصلی رای دهندگان به آقای رئیس جمهور را تشکیل می دهند و به او امید بسته اند.

مصاحبه تلویزیونی اخیر آقای پزشکیان برای اهل فن و دلسوزان یک هشدار و بیدارباش جدی را به صدا آورد. آگاهان و دلسوزان باید جای کمپین سازان کارناوالد حکمرانی را بگیرند (فرقی ندارد از کدام جناح باشند فقط کافی است بلدکار باشند)، اگر سیادت کمپین بازار دیروز رفع نشود، کسی که بیشترین ضرر را خواهد کرد در درجه اول خود پزشکیان و سرمایه اجتماعی ای است که به زحمت فراهم آورده؛ چرا که مردم پس از دوره مه عمل دولت اگر ببینند آن نتیجه مورد نظرشان محقق نمی شود، دست به قضاوت های واقعی و کاملاً غیر جانبدارانه می زنند و در آن حالت رئیس جمهور دستش از ابزارهایی که برای ایجاد همدلی و افزایش سرمایه اجتماعی فراهم آورده بود، کوتاه خواهد شد.

جمع بندی

واقعیت تصویر رئیس جمهور منتخب نیازمند تکمیل و تکامل است و تصویر بر ساخته ایشان در دوره کاندیداتوری دیگر کتش پوشش ضعف های ایشان در دوره ریاست جمهوری را ندارد. بر دوستان اران و صاحب منصبان رسانه ای دولت جدید فرض است که با شناخت دقیق این آسیب ها در تعامل با سایر بخش های دولت به خط مشی گذاری چندوجهی جهت رفع این آسیب ها همت بگذارند. برای این منظور مانیا زماند افرادی با کارویژه خاص این موضوع هستیم. افرادی فداکار، منطقی بر اصول رئیس جمهور و جامع نگر که از خلال گزارش ها و مصوبات زیر روی میزهای دستگاه های مختلف، پایش و پالایش لازم را اعمال و به تقویت مواضع، ایده های حکمرانی و دستورات رئیس جمهور در لایه اداره و رسانه مبادرت کنند؛ چرا که مشت رئیس جمهور نباید هیچ وقت خالی باشد.



تلویزیون بعد از تحول در ساختار سریال سازی مجبور است

از محصولات تولید شده قبلی استفاده کند

گذشته‌ها نگذشته!

۱۳

