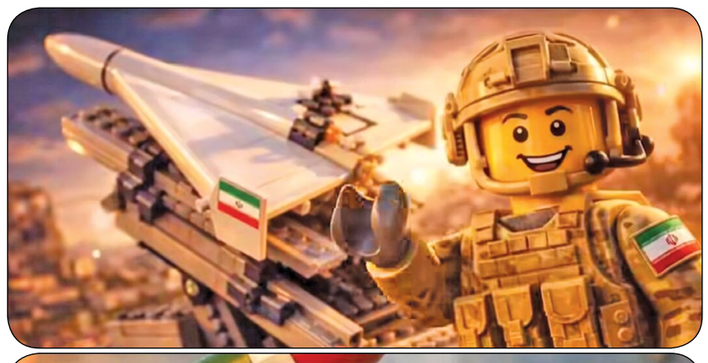

معادلات در جهان امروز دگرگون شده است و اقتدار تنها مربوط به توانائی و چگونگی آرایش نظامی نیست. حتی شاید بتوان گفت قدرت در دست صاحبان رسانه است. کسانی که می‌توانند ذهن و باور افکار عمومی را قالب دهند. در عصر معاصر شبکه‌های اجتماعی میدان اصلی نبرد است. میدانی که در آن کلمات رژه اقتدار می‌روند، افکار و ارزش‌ها مین‌گذاری می‌شوند، باورها، هدف شلیک قرار می‌گیرند و روایت‌ها در کسری از ثانیه توسط هزاران پیام از طریق شبکه‌های اجتماعی، خبرگزاری‌ها و انواع هوش مصنوعی دست‌کاری می‌شوند.

میدان رسانه و دست برتر ایران در روایت

موفقیت پویانمایی ایرانی در حقیقت‌نمایی تهاجم آمریکایی

بخش دوم

دفاع مقدس ۴۰ روزه با یک اتفاق شگفت رسانه‌ای همراه بود. یک آرایش رزمی متکی بر شناخت کامل از زیست‌بوم معمول و موردعلاقه مردم در جبهه مقابل، میم‌ها و لگوها در طوفان کارزار نظامی به میدان آمدند تا در عرصه شبکه‌های پرشتاب اجتماعی در معرض دید مخاطبان این عرصه قرار گیرند. انگار لگوها هم برای دفاع از وطن مبعوث شدند تا کولاک کنند. ویدئوهایی که با استقبال جهانیان مواجه شد، ضریب گرفت و در حجمی وسیع به سراسر دنیا ارسال شد.

یک دکترای علوم ارتباطات اجتماعی: آرایش رسانه‌ای کشور عزیزمان در میدان مجازی و شبکه‌های اجتماعی گونه‌ای از قدرت نرم، مدیریت و حتی مهندسی ادراک بوده است. در این رابطه هدف ما انتقال معنا و محتوا نیست؛ بلکه این است که چگونه این معنا را به برداشت مؤثر در ذهن مخاطب تبدیل کنیم؟

رسانه در ظاهر ابزار اطلاع‌رسانی است، اما در عمل به یکی از پیچیده‌ترین ابزارهای قدرت نرم تبدیل شده است. رسانه‌ها با ترکیب داده، تصویر، احساس و تحلیل، می‌توانند واقعیت را بازسازی کنند و برداشت مردم از واقعیت را تغییر دهند. این همان‌قدرت روایت است که مرز میان آگاهی و فریب را بسیار باریک می‌کند. رسانه می‌تواند حقیقت را روشن سازد یا آن را در میان‌لایه‌ای از اخبار جهت‌دار پنهان کند. در این میان، آنچه اهمیت دارد، میزان آگاهی و سواد رسانه‌ای جامعه است.

قدرت رسانه تنها در انتقال پیام نیست، بلکه در قالب دادن به ذهن مخاطب است. رسانه‌های بزرگ جهانی با بهره‌گیری از روان‌شناسی اجتماعی، الگوریتم‌های داده‌محور و تحلیل احساسات جمعی، می‌کوشند جهت فکرکردن مردم را تعیین کنند. به همین دلیل، می‌توان گفت نبرد رسانه‌ای، نبردی برای تسلط بر آگاهی انسان است.

در این میان، رسانه‌های داخلی هر کشور نقشی سرنوشت‌ساز دارند. اگر این رسانه‌ها منفعل، تک‌صدایی یا صرفاً بازتاب‌دهنده پیام‌های رسمی باشند، میدان را به رقبا واگذار خواهند کرد. جامعه‌ای که روایت خود را تولید نکند، ناگزیر روایت دیگران را باور خواهد کرد؛ بنابراین، یکی از ضرورت‌های حیاتی امروز، تقویت توان روایت‌سازی بومی است؛ یعنی توانایی بیان واقعیت‌های ملی، فرهنگی و اجتماعی از زاویه دید خود جامعه، نه از دریچه‌ای که دیگران طراحی کرده‌اند.

آرایش رزم رسانه با شناخت زیست‌بوم دشمن

دفاع مقدس ۴۰ روزه با یک اتفاق شگفت رسانه‌ای همراه بود. یک آرایش رزمی متکی بر شناخت کامل از زیست‌بوم معمول و موردعلاقه مردم در جبهه مقابل، میم‌ها و لگوها در طوفان کارزار نظامی به میدان آمدند تا در عرصه شبکه‌های پرشتاب اجتماعی در معرض دید مخاطبان این عرصه قرار گیرند. انگار لگوها هم برای دفاع از وطن مبعوث شدند تا کولاک کنند. ویدئوهایی که با استقبال جهانیان مواجه شد، ضریب گرفت و در حجمی وسیع به سراسر دنیا ارسال شد.

لگو به‌عنوان عنصری نوستالژیک توانست خاطرجمعی را به بازی بگیرد. به‌ویژه که از ویژگی طنز و شوخی برخوردار بوده است؛ ابزاری که در ارتباطات و اقناع، به‌ویژه برای جلب‌توجه و ایجاد علاقه، بسیار کاربرد دارد.

طبق برخی نظریه‌های ارتباطی مانند نظریه یادگیری و نظریه تغییر توجه، شوخی می‌تواند هم موجب تقویت و در نتیجه تغییر نگرش شود و هم با منحرف‌کردن توجه، از استدلال‌های مخالف بکاهد. در مجموع می‌توان گفت تولید این محتواهای جذاب معادلات جنگ رسانه‌ای را تا حد زیادی تغییر داد.

وقتی پرچم ایران از میان تکه‌های لگو به اهتزاز درآمد

تولید پویانمایی‌های لگویی ایرانی در جنگ رمضان از طرف یک تیم مستقل دانشجویی تنها در بین کاربران مجازی اروپایی و آمریکایی به بازدید میلیاردی رسید. تا جایی که پخش موسیقی ویدئوی آن در میدان تایمز نیویورک نشان داد در این موشک‌باران تبلیغاتی، برنده ایران است.

پویانمایی‌های لگویی حاصل میدان‌داری یک تیم جوان در حوزه رسانه است. ویدئوهایی که از لحاظ فرم و محتوا توانسته هنرمندانه پیام مردم ایران و نظام جمهوری اسلامی را به گوش بسیاری از مردم دنیا برساند.

«هر کسی این را ساخته، می‌دانسته اگر لگویی بسازد در اروپا و آمریکا بازدید دارد.» این جمله، کامنت یکی از کاربران انگلیسی‌زبان، زیر یکی از ویدئویی‌هایی است که در زمان جنگ آمریکا در ماه مبارک رمضان مورد استقبال عجیب کاربران شبکه‌های اجتماعی غربی دست‌به‌دست شد و برایش میزگرد و محافل کارشناسی برگزار شد و نشان داد، گاهی پرچم ایران می‌تواند از میان تکه‌های فانتزی لگو و در قالب پویانمایی به اهتزاز درآید. پیامی که توانست انحصار غرب را در حاکمیت بر افکار عمومی در هم بشکند. سازندگان ایرانی پویانمایی‌های لگویی دریافتند که برای رساندن صدای خود، باید زبان و ساختاری را انتخاب کنند که پیش از هر چیز، مطابق با زیست جبهه مخالف و البته تأثیرگذار و جذاب باشد.

نقطه تعیین‌کننده در فضای دیجیتال توان تولید روایت معتبر

وقتی ما از اثرگذاری در رسانه صحبت می‌کنیم باید کاملاً تمرکزمان به سرمایه اجتماعی و اعتماد مخاطب باشد. یک رسانه در صورتی می‌تواند اثرگذار باشد که سرمایه اجتماعی و اعتماد مخاطب را با خودش به همراه داشته باشد.

به گزارش کیهان، معصومه نصیری، دکترای علوم ارتباطات اجتماعی در ارتباط با تأثیر آرایش رسانه‌ای ایران در میدان مجازی نبرد معتقد است: «آرایش رسانه‌ای کشور عزیزمان در میدان مجازی و شبکه‌های اجتماعی گونه‌ای از قدرت نرم، مدیریت و حتی مهندسی ادراک بوده است. دراین‌رابطه هدف ما انتقال معنا و محتوا نیست؛ بلکه این است که چگونه این معنا را به برداشت مؤثر در ذهن مخاطب تبدیل کنیم؟» وی در ادامه می‌گوید: «بازیگران دیجیتال، متأثر از فضای شبکه‌های اجتماعی، امکان تولید و توزیع سریع و وسیع روایت‌های مطلوب خودشان را به دست آورده، اثرگذاری در این فضا و در شرایط بحران، قطعاً منجر به انسجام افکار عمومی می‌شود.»

نصیری، مدرس و پژوهشگر سواد رسانه در زمینه میزان تأثیر رسانه بر افکار عمومی اظهار می‌کند: «وقتی ما از اثرگذاری در رسانه صحبت می‌کنیم باید کاملاً تمرکزمان به سرمایه اجتماعی و اعتماد مخاطب باشد. یک رسانه در صورتی می‌تواند اثرگذار باشد که سرمایه اجتماعی و اعتماد مخاطب را با خودش به همراه داشته باشد. در فضای دیجیتال، پیام رسانه‌ای اگر قابلیت راستی‌آزمایی یا فکت چک‌شدن را نداشته، یک‌سویه بوده یا بدون توجه به فرامتن در جامعه باشد اگرچه ممکن است در کوتاه‌مدت مؤثر بوده، اثر بگذارد؛ اما در بلندمدت قدرت اقناع و تأثیر خود را از دست خواهد داد.»

این کارشناس در ادامه بیان می‌کند: «نقطه تعیین‌کننده این فضا، توان تولید روایت معتبر است. روایت قرائت ساز و روایتی که در مخاطب اقناع ایجاد کرده، می‌تواند اعتماد او را به همراه داشته باشد. پس لازم است که ما فقط رسانه‌محور نبوده، بتوانیم مخاطب‌محور باشیم، رویکرد اقناعی داشته، تولید معنا را در دستور کار قرار دهیم. کما این که در اتفاقات اخیر مثل جنگ ۴۰روزه به‌درستی و با توان حداکثری توانستیم از این فضا استفاده کنیم.»

لگوها توانستند یک پیام سیاسی مشخص را وارد ذهن مخاطب کنند

نصیری در بیان روایت‌سازی و نقش‌آفرینی لگوها و میم‌های جنگ ۴۰ روزه به گزارشگر کیهان می‌گوید: «تأثیر لگویی‌ها و میم‌ها روی فضای افکار عمومی غرب قابل‌توجه بوده است. البته آن تأثیر بدین معنا نیست که تغییر گسترده یا مستقیمی در نگرش سیاسی آمریکایی‌ها ایجاد کرده، اما توانسته با زبان طنز و در قالب سرگرمی در لایه‌های پنهان، یک پیام سیاسی مشخص را وارد ذهن مخاطب کند. این اتفاق سبب می‌شود مقاومت مخاطب در برابر پیام سیاسی کم شده، مخاطب احساس نکند که در حال دریافت پیامی مستقیم است؛ بنابراین گارد ذهنی نسبت به پیام ندارد. ضمن اینکه باید بین دیده‌شدن و قانع‌شدن تفاوت بگذاریم و حتماً این بررسی صورت پذیرد که آیا لزوماً دیده‌شدن این پویانمایی‌ها یا ارائه این قالب محتوا و سبک ارائه اقناع ایجاد کرده است یا خیر.»

مدرس سواد رسانه در ارتباط با ضرورت ادامه کارزار رسانه‌ای اظهار می‌دارد: «در جریان جنگ چهل‌روزه نگاه ما به جنگ روایت‌ها عملیات محور بود و برای همین این سبک آرایش رسانه‌ای را در نظر گرفتیم؛ اما نباید عملیات رسانه‌ای، با پایان درگیری نظامی سیاسی و سخت بین قدرت‌ها متوقف شود. در حوزه رسانه، اگر روایتی استمرار و تداوم داشت می‌تواند در ذهن مخاطب تثبیت شود؛ بنابراین چون در جنگ رسانه‌ای، توجهی که اقناع ایجاد کند هدف اصلی است، این محتواهای لگویی یا میم محورها باید در این فضا بتوانند قلاب خود را به ذهن مخاطب متصل کرده و او را با خود همراه کنند.»

دبیرکل باشگاه سواد رسانه در پایان تأکید می‌کند: «در حوزه جنگ روایت‌ها چیزی به نام آتش‌بس نداریم. همواره افکار عمومی در معرض مهندسی آفند و پدافند دشمن قرار دارد؛ لذا باید به این فرآیند به‌عنوان یک سرمایه بلندمدت رسانه‌ای توجه ویژه شود. نباید مدیریت روایت متوقف شود؛ چون تنها افکار عمومی داخلی هدف نیست، ما باید پساجنگ، تفسیر نگاهی را که درباره جنگ و پساجنگ وجود دارد، طی عملیات رسانه‌ای در فضای شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای موردتوجه قرار دهیم تا دست برتر را در این عرصه داشته باشیم.»

نظر مردم؛ لگویی‌ها که دقیقاً کارکرد یک اسب تروآ رسانه‌ای را داشتند

نوجوانان و جوانان غربی که هیچ‌گاه حوصله تماشای یک میزگرد سیاسی ساده یا خواندن یک خبر کوتاه یا شنیدن یک بیانیه را نداشتند، با اشتیاق به تماشای دست برتر ایران در جنگ موشک‌ها در قالب لگو نشستند.

محمدامین موسوی، دانشجوی کارشناسی ارتباطات در ارتباط با تأثیر مثبت و استقبال کاربران از پویانمایی‌های ایرانی لگویی در دفاع مقدس ۴۰ روزه می‌گوید: «در میدان نبرد، لگویی‌ها دقیقاً کارکرد یک اسب تروآ رسانه‌ای را داشتند. لگو در فرهنگ عامه و فضای مجازی آمریکا و اروپا جایگاهی بومی و به‌شدت پرطرفدار دارد. حتی الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی نظیر تیک‌تاک و اینستاگرام این پویانمایی‌ها را به‌عنوان محتوای سرگرم‌کننده و هنری شناسایی کرده و به‌سرعت در تایم‌لاین کاربران ضریب دادند و برای همین محتواهای تولید ایران بی‌دردسر و فارغ از فیلترینگ‌های خاص این فضاها پربازدید شد. نوجوانان و جوانان غربی که هیچ‌گاه حوصله تماشای یک میزگرد سیاسی ساده یا خواندن یک خبر کوتاه یا شنیدن یک بیانیه را نداشتند، با اشتیاق به تماشای دست برتر ایران در جنگ موشک‌ها در قالب لگو نشستند و روایتی دست‌اول از جنگ را مستقیماً از منظر ایران تماشا کردند.» زهرا سرخ‌آبادی، دیپلمه و خانه‌دار نیز در ارتباط با ویدئوهای لگویی معتقد است: «فارغ از تجزیه‌وتحلیل هنری، این کارتون‌ها دل خیلی از مردم را شاد کردند. مردمی که داغدار شهادت جان‌گداز رهبر و بسیاری از مردم بودند با دیدن این کارتون‌ها امید بیشتری پیدا می‌کردند و دل‌هایشان در جنگ قوت می‌گرفت.» محسن مروت آبادی نیز در ارتباط با موفقیت لگویی‌ها می‌گوید: «در مورد جنگ رمضان ویدئوهای لگویی بسیاری، چه خارجی و چه داخلی تولید شده است. باوجود هوش مصنوعی، استفاده از این ابتکار به یک خلاقیت جدید در فضای جنگ رسانه‌ای تبدیل شده است. این نوآوری و ابتکار در استفاده از تصاویر لگویی برای ساخت ویدئوهای مرتبط با جنگ، باعث شد تا این فضای جدید جذابیت بسیار زیادی برای مخاطبان ایجاد کند و ما در این زمینه، شاهد رقابت جذابی میان جوانان و نوجوانان در ساخت ویدئوهای لگویی، به‌ویژه با کمک هوش مصنوعی، باشیم. به‌ویژه اگر این ابتکار عمل متوقف نشده ادامه یابد و حتی با تخصیص سرمایه به این حوزه، تقویت شود.»

تکمله؛ برنده نهائی کیست؟

موفقیت درخشان پویانمایی‌های لگویی ایران ثابت کرد که در کارزار جنگ‌های شناختی، تسلط بر افکار عمومی تنها با بودجه‌های کلان به دست نمی‌آید. پیروز این میدان کسی است که الگوریتم‌های مصرف رسانه‌ای جهان را بشناسد و بداند چگونه محتوای سخت را در قالب‌هایی نرم و مورد استقبال همگان بازتولید کند تا حتی در قلب شبکه‌های آمریکایی روایتگر بلامنازع میدان باشد.

شهردار اصفهان:

موتورسیکلت‌های فرسوده جای خود را به برقی‌ها می‌دهند

اصفهان- خبرنگار کیهان:

شهردار اصفهان از آغاز نوسازی ۹۶ هزار دستگاه موتورسیکلت فرسوده این شهر با موتورسیکلت برقی خبرداد و گفت: در مرحله نخست، ۵۶۰ دستگاه موتورسیکلت در قالب چهار بسته ۱۴۰ دستگاهی به‌تدریج جایگزین موتورسیکلت‌های فرسوده خواهد شد.

تفاهم‌نامه آغاز نوسازی ۹۶ هزار دستگاه موتورسیکلت فرسوده با موتورسیکلت‌های برقی در شهر اصفهان، به امضای فرشاد مقیمی، معاون وزیر و رئیس سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران، و علی قاسم‌زاده، شهردار اصفهان، رسید. علی قاسم‌زاده، شهردار اصفهان، در مراسم آغاز اجرای طرح نوسازی موتورسیکلت‌های فرسوده شهر اصفهان با اشاره به وضعیت نامطلوب آلودگی هوای این کلان‌شهر اظهار کرد: شرایط آب‌وهوایی و آلودگی هوای اصفهان به وضعیتی نامطلوب تبدیل شده است و در سال‌های گذشته تعداد روزهای پاک این شهر گاهی به ۱۰، ۱۳ یا ۱۵ روز در سال رسیده است.

وی افزود: طی سال‌های گذشته دو مطالعه جامع درباره منابع آلاینده هوای اصفهان توسط دانشگاه صنعتی اصفهان و دانشگاه اصفهان انجام شده است که هدف آن‌ها بررسی سهم منابع مختلف در ایجاد آلودگی هوا بوده است. شهردار اصفهان تصریح کرد: نتایج هر دو پژوهش نشان می‌دهد برخلاف تصور عمومی که به دلیل فعالیت صنایع سنگین، فولاد، ذوب‌آهن و پالایشگاه‌ها سهم این بخش‌ها را در آلودگی هوا بیشتر می‌دانند، منابع متحرک سهم قابل‌توجهی در انتشار آلاینده‌های هوای اصفهان دارند.

قاسم‌زاده ادامه داد: در میان منابع متحرک نیز موتورسیکلت‌های فرسوده نقش مهمی در آلودگی هوا دارند؛ به‌گونه‌ای که بر اساس برخی برآوردها، یک موتورسیکلت فرسوده می‌تواند به اندازه چندین خودروی نو و حتی حدود هفت خودروی نو آلایندگی ایجاد کند. شهردار اصفهان خاطرنشان کرد: همان‌طور که آلودگی هوا به‌صورت دره‌دره و از منابع مختلف ایجاد می‌شود، برای کاهش آن نیز باید منابع آلاینده را به‌صورت مرحله‌ای شناسایی و مدیریت کنیم و نوسازی موتورسیکلت‌های فرسوده یکی از اقدامات مؤثر در این مسیر است.

وی افزود: این طرح از چند جهت حائز اهمیت است؛ نخست اینکه یک مثلث همکاری میان شهرداری، سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران و بخش خصوصی شکل گرفته که می‌تواند به‌عنوان یک مدل قابل تعمیم مورد استفاده قرار گیرد. همچنین با امضای تفاهم‌نامه نهائی، طرح وارد فاز اجرائی شده است. شهردار اصفهان با بیان اینکه زیرساخت‌های لازم برای اجرای طرح از حدود دو سال گذشته در این شهر در حال ایجاد است، گفت: ایجاد ایستگاه‌های شارژ موتورسیکلت‌های برقی و فرهنگ‌سازی برای استفاده از این وسایل از اقدامات انجام‌شده در این مدت بوده است، زیرا موفقیت طرح تنها به تأمین موتورسیکلت محدود نمی‌شود و نحوه بهره‌برداری و پذیرش آن از سوی شهروندان نیز اهمیت دارد.

مدیرعامل گروه فولاد مبارکه اصفهان:

بازسازی فولاد مبارکه اصفهان نماد مقاومت و اراده ملی بود

اصفهان- خبرنگار کیهان:

مدیرعامل گروه فولاد مبارکه با اشاره به حمله به این مجموعه صنعتی اظهار کرد: آن روزی که مورد حمله قرار گرفتیم، فکر می‌کنم سنگین‌ترین حمله‌ای بود که به یک مجموعه صنعتی در کشور اتفاق افتاد. طبیعی بود که از نظر روحی نیز فشار زیادی ایجاد شود.

دکترسعید زرندی ادامه داد: همان روز اخبار را رصد می‌کردیم و حتی برخی شبکه‌ها با هیجان اعلام می‌کردند که «گل بزرگ را زدیم». اولین حرفی که در جلسه با تیم بازسازی، متشکل از چند نفر از معاونان و مدیران، مطرح کردم این بود که باید کاری کنیم که پاسخ ما در شأن همان حرفی باشد که آنها زده‌اند.

زرندی تصریح کرد: این اتفاق مبارک افتاد و من واقعاً آن را موفقیتی برای ایران اسلامی در برابر جبهه کفر می‌دانم؛ موفقیتی که مدیون نگاه دانش‌محور و اراده مهندسان، کارگران و مدیران فولاد مبارکه است.

وی گفت: به همکاران فولاد مبارکه نیز گفته‌ام که این مجموعه امروز به نمادی از اراده و مقاومت در بازسازی تبدیل شده است و ما باید همین روحیه را در شرکت‌های گروه نیز ایجاد و تقویت کنیم. زرندی با اشاره به برنامه‌های گروه فولاد مبارکه اظهار کرد: ما در مجموعه گروه مبارکه، با وجود مشکلات مسیر توسعه را متوقف نکرده‌ایم و متوقف نخواهیم کرد. وی افزود: امروز حدود پنج ماه از آغاز بازسازی مجموعه فولاد مبارکه گذشته است و فکر می‌کنم همین دیروز و امروز بخش بزرگی از کار نیز به پایان رسیده است. اطلاع‌رسانی عمومی درباره جزئیات این موضوع را در زمان مناسب انجام خواهیم داد.

زرندی با قدردانی از تلاش خبرنگاران و رسانه‌ها گفت: خبرنگاران نیز این موضوع را دنبال و از روند آن مراقبت کنند.

استاندار خراسان رضوی: ۳/۵ همت برای تکمیل ساخت مدارس استان اختصاص یافت

مشهد- خبرنگار کیهان:

استاندار خراسان رضوی گفت: حدود ۳.۵ همت از محل مولدسازی برای تکمیل ۲۹۱ مدرسه باقی‌مانده از نهضت توسعه عدالت آموزشی در استان اختصاص یافته است تا هرچه سریع‌تر به سرانجام برسد.

غلامحسین مظفری در جلسه شورای آموزش و پرورش استان با اشاره به کمبود منابع مالی پروژه‌های مدرسه‌سازی افزود: در موافقت‌نامه‌ها می‌توان موضوع انشعابات آب، برق و گاز مدارس را نیز پیش‌بینی کرد.

وی با اشاره به برگزاری ۷۰ جلسه برای آماده‌سازی سال تحصیلی جدید بیان کرد: آغاز سال تحصیلی فقط شروع کلاس‌های درس نیست، بلکه آغاز ساختن آینده‌ای بهتر است؛ بنابراین باید علاوه‌بر محتوای آموزشی به شکل و ظاهر مدارس نیز توجه شود.

استاندار خراسان رضوی در بخش دیگری با اشاره به تأکیدات امام شهید انقلاب درباره کاشت درخت عنوان کرد: پیشنهاد می‌کنم امسال حتما در روز اول مهر، دست‌کم یک درخت در هر مدرسه کاشته شود و این موضوع با هماهنگی اداره‌کل منابع طبیعی و با محوریت دانش‌آموزان انجام گیرد تا به نمادی از وحدت تبدیل شود.

مظفری با اشاره به طرح‌های مطرح‌شده از خراسان رضوی در سطح ملی بیان کرد: ۲ اتفاق که از شورای آموزش و پرورش استان مطرح شده، توانسته است در سطح ملی جایگاه پیدا کند؛ یکی ساخت جمعی مدارس و دیگری طرح «مدرسه اثرگذار، محله پویا و جامعه توانمند» که می‌تواند به یک شعار ملی تبدیل شود.

استاندار خراسان رضوی در ادامه گفت: هرچقدر بتوانیم از ظرفیت محله‌محوری استفاده کنیم، هم مسائل مدرسه را بهتر حل خواهیم کرد و هم مدرسه می‌تواند در محله اثرگذار باشد. باید تلاش کنیم اثر این پویش‌ها و طرح‌ها از مرحله ساخت مدرسه فراتر برود و تأثیر ملموسی در جامعه داشته باشد.

وی با اشاره به برگزاری اجلاس سراسری نماز در مشهد برای نهم مهرماه، خواستار ایجاد پیوند میان آغاز سال تحصیلی و این رویداد شد و گفت: باید به دنبال طرحی باشیم که در مدارس موج ایجاد کند و ارتباط میان مدارس، خانواده‌ها و فضاهای آموزشی را تقویت کند.

مظفری همچنین بر ضرورت مطالعه تجربه‌های جهانی در حوزه آموزش و پرورش تأکید کرد و افزود: در برخی کشورهای توسعه‌یافته به دلیل فرهنگ مشارکت و همکاری، ورود نوشت‌افزار به مدرسه ممنوع است و خود مدرسه، مداد، کاغذ، دفتر و قلم را تأمین می‌کند. باید با استفاده از ارتباطات و امکانات موجود، مطالعات تطبیقی و تجربی در آموزش و پرورش انجام شود.

معاون فرهنگی، اجتماعی و زیارت استانداری خراسان رضوی نیز در این جلسه گفت: پس از ساخته‌شدن مدارس و واگذاری آن‌ها به‌صورت هیئت امنایی، مسئولیت اصلی آموزش و پرورش آغاز می‌شود و باید از نظر آموزشی، هوشمندسازی مدارس و برنامه‌هایی که برای این منظور پیش‌بینی شده است، اقدامات لازم انجام شود.

حجت‌الاسلام علی عسکری، با اشاره به فعالیت کمیته‌ای چهارجانبه جهت پیگیری تامین اعتبار نهضت عدالت آموزشی از طریق مولدسازی عنوان کرد: پیشنهاد می‌کنم این کمیته چهارجانبه با حضور مدیرکل امور اجتماعی استانداری خراسان رضوی، رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان، مدیرکل آموزش و پرورش و مدیرکل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس مجددا راه‌اندازی شود.

نماینده مشهد و کلات در مجلس شورای اسلامی، نیز در این جلسه پیشنهاد کرد: در نواحی آموزش و پرورش، دوره آموزشی یک تا دو ساعته برای معلمان برگزار شود تا با آمادگی بیشتری بتوانند به پرسش‌ها و شبهات احتمالی دانش‌آموزان پاسخ دهند.

احسان عظیمی‌راد، از آمادگی نمایندگان مجلس برای اختصاص سهم بیشتری از اعتبارات مسئولیت اجتماعی به نهضت مدرسه‌سازی خبر داد.

معاون استاندار و فرماندار ویژه مشهد نیز اظهار کرد: بیش از ۵۰ درصد کلاس‌های آموزشی استان در مشهد قرار دارد در حالی که سرانه فضای آموزشی استان حدود چهار و نیم متر است، این میزان در مشهد حدود دو متر به ازای هر دانش‌آموز است و با توجه به حجم مهاجرت به مشهد، این شهر به کمک ویژه‌ای نیاز دارد.

سیدحسن حسینی افزود: شهرداری مشهد طرحی با عنوان «لبخند مهر» تهیه کرده است که با استفاده از تصاویر زیبا، فضای شهری به شکلی آماده می‌شود که پس از چند ماه سوگواری، حس خوبی به مردم منتقل شود.

مدیرکل آموزش و پرورش خراسان رضوی با اشاره به ۹۷ هزار نیروی انسانی شاغل در این نهاد گفت: نیاز استان ۱۱۰ هزار نفر است و با کمبود واقعی ۱۳ هزار نیرو مواجهیم؛ اما از طریق نقل‌و انتقالات برون استانی، نیروهای دانشگاه فرهنگیان و استخدام سرایداران و خدمتگزاران بخشی از این کمبود جبران شده است.

صفدر سلطانی افزود: همه همت وزارت آموزش و پرورش، برگزاری حضوری کلاس‌هاست؛ چراکه آسیب‌های ناشی از فضای مجازی، اهمیت این موضوع را دوچندان کرده است و ما مهر را با تأکید مقام عالی وزارت برای بازگشایی حضوری پیش می‌بریم.

وی ادامه داد: امسال آیین بازگشایی متفاوتی خواهیم داشت و اول مهر علاوه‌بر توجه بیشتر به هویت مذهبی و ملی، پرچم‌گردانی و گرامیداشت فرهنگ ایثار و شهادت مورد توجه قرار می‌گیرد. شعار محوری امسال «در میدان حاضر است» و سه سیاست محوری نیز کیفیت آموزش، عدالت آموزشی و هویت مذهبی و ملی است.

مدیرکل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس خراسان رضوی نیز اظهار کرد: طرح ابتکاری «با من» و طرح «۱۰۰ نفر، یک مدرسه» از جمله اقدامات انجام‌شده است که امروز به گفتمان جلسات رئیس‌جمهور تبدیل شده است.

جاسم حسین‌پور افزود: خراسان رضوی به عنوان قطب صنعتی‌سازی در کشور معرفی شده و استفاده از بلوک‌های AAC به‌عنوان یک روش صنعتی در ساخت مدارس، الگوی برای کشور شده است.

نرخ و ضوابط سرویس مدارس شیراز اعلام شد

شیراز- خبرنگار کیهان:

علی‌اصغر ولی‌زاده، مدیر پروژه سرویس مدارس شیراز، از تصویب نرخ کرایه جابه‌جایی دانش‌آموزان در سال تحصیلی ۱۴۰۶-۱۴۰۵ خبر داد و اظهار کرد: نرخ مصوب برای پنج روز فعالیت در هفته تعیین شده و در صورت استفاده از سرویس در شش روز هفته، ۲۱ درصد به نرخ مصوب اضافه خواهد شد.

وی افزود: نرخ سرویس مدارس بر اساس نوع خودرو، مبلغ ورودی هر دانش‌آموز و هزینه پیمایش هر کیلومتر محاسبه می‌شود.

ولی‌زاده یادآور شد: این نرخ با کارشناسی متفاوت برای خودروهای پراید و مشابه، سمند و مشابه، پژو و مشابه، ون و مینی‌بوس به‌صورت جداگانه ارزیابی و تعیین شده است.

مدیر پروژه سرویس مدارس شیراز گفت: بر اساس جدول مصوب، نرخ ورودی برای هر دانش‌آموز در خودروهای پراید و مشابه ۱۷۱ میلیون و ۶ هزار و ۳۶۸ ریال، سمند و مشابه ۱۹۵ میلیون و ۸۴۷ هزار و ۲۹۳ ریال، پژو و مشابه ۱۹۲ میلیون و ۹۶۷ هزار و ۱۸۶ ریال، ون ۱۰۷ میلیون و ۵۸۴ هزار و ۶ ریال و مینی‌بوس ۱۱۲ میلیون و ۷۷۴ هزار و ۲۰۰ ریال تعیین شده است.

وی ادامه داد: هزینه هر کیلومتر نیز برای پراید و مشابه ۸ میلیون و ۷۷۵ هزار و ۳۲۷ ریال، سمند و مشابه ۱۱ میلیون و ۱۶ هزار و ۴۱۰ ریال، پژو و مشابه ۱۰ میلیون و ۸۵۴ هزار و ۴۰۴ ریال، ون ۵ میلیون و ۶۲۳ هزار و ۷۰۸ ریال و مینی‌بوس ۲ میلیون و ۴۱۶ هزار و ۵۸۹ ریال محاسبه و اعلام شده است.

ولی‌زاده با اشاره به ضوابط افزایش نرخ اعلام کرد: برای مسیرهایی که بر اساس مطالعات جامع حمل‌ونقل شهر شیراز پرترافیک شناخته می‌شوند، ۱۰ درصد به نرخ ورودی و هزینه هر کیلومتر اضافه خواهد شد. همچنین خدمات‌رسانی به مدارس خاص، از جمله مدارس استثنایی، مشمول پنج درصد افزایش نرخ است.

مدیر پروژه سرویس مدارس شیراز درباره نحوه پرداخت هزینه‌ها گفت: والدین متقاضی سرویس مدرسه باید هنگام ثبت درخواست، مبلغ ۵۰ میلیون ریال را به‌عنوان پیش‌پرداخت از تاریخ ۱۵ شهریورماه پرداخت کنند و چنانچه سرویس برای دانش‌آموز تأمین نشود، این مبلغ به اولیا بازگردانده خواهد شد. به گفته وی، هزینه سرویس مدارس در چهار مرحله دریافت می‌شود؛ قسط اول در ۲۸ مهرماه، معادل ۴۵ درصد با احتساب پیش‌پرداخت، قسط دوم در ۲۸ آذرماه، معادل ۲۰ درصد، قسط سوم در ۲۸ دی‌ماه، معادل ۲۰ درصد و قسط چهارم در ۲۸ بهمن‌ماه، معادل ۱۵ درصد.

ولی‌زاده تأکید کرد: در صورتی که والدین حداکثر تا سه روز پس از موعد مقرر نسبت به پرداخت قسط اقدام نکنند، شرکت مجاز است برای جلوگیری از تضییع حقوق راننده، ارائه خدمات سرویس به دانش‌آموز را متوقف کند.

وی افزود: دانش‌آموزانی که فقط برای مسیر رفت یا برگشت درخواست سرویس دارند، باید ۷۰ درصد هزینه سرویس کامل را پرداخت کنند.

مدیر پروژه سرویس مدارس شیراز درباره انصراف از سرویس نیز توضیح داد: در صورت انصراف دانش‌آموز پس از تعیین سرویس، هزینه روزهای استفاده‌شده به‌صورت روزشمار محاسبه می‌شود و درصدی از هزینه روزهای باقی‌مانده نیز دریافت خواهد شد. بر این اساس، درصد هزینه روزهای باقی‌مانده در صورت انصراف در مهر و آبان پنج درصد، در آذر و دی ۱۵ درصد و از بهمن تا پایان اردیبهشت ۳۵ درصد خواهد بود.

ولی‌زاده با اشاره به ضوابط مربوط به محدوده ثبت‌نام مدارس بیان کرد: با توجه به الزام رعایت طرح آدرس، شهرداری در قبال تأمین سرویس دانش‌آموزانی که هنگام ثبت‌نام این طرح را رعایت نکرده‌اند، تعهدی نخواهد داشت.

وی تصریح کرد: تأمین سرویس برای دانش‌آموزان بدمسیر و تک‌مسیر نیز به دلیل ضرورت تکمیل ظرفیت خودرو، در تعهد شهرداری نیست؛ بنابراین خانواده‌ها باید هنگام ثبت درخواست به این موضوع توجه داشته باشند.

مدیر پروژه سرویس مدارس شیراز با تأکید بر ضرورت نظارت بر شرکت‌ها افزود: در صورت انجام ندادن تعهدات، شرکت‌ها با اخطار کتبی و جریمه مواجه می‌شوند و در صورت تکرار تخلف تا مرحله حذف شرکت از فعالیت سرویس مدارس در همان سال پیش خواهند رفت. عملکرد شرکت‌ها همچنین در ارزیابی و تخصیص سهمیه سال آینده تأثیر مستقیم خواهد داشت.

اجرای طرح قاضی مدارس در استان همدان

همدان- خبرنگار کیهان:

معاون اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم دادگستری کل استان همدان با اشاره به طرح قاضی در مدرسه، گفت: ۱۶۰ کارگاه آموزشی در ۱۰۰ مدرسه استان همدان با حضور هشت هزار و ۷۵۶ نفر برگزار شد.

محمد معینی افزود: این طرح با هدف آموزش دانش‌آموزان، معلمان و خانواده‌ها به‌ویژه در حوزه فضای مجازی اجرا می‌شود. وی ادامه داد: امسال نیز ۱۴۸ کارگاه آموزشی برای مدارس در نظر گرفته شده و جامعه هدف این طرح، دانش‌آموزان دوره اول و دوم متوسطه هستند.

برخورد با کشت غیرمجاز گیاهان مخدر

معاون اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم دادگستری کل استان همدان پیشگیری از کشت گیاهان مخدر از دیگر موضوعات مورد پیگیری در شورای پیشگیری از وقوع جرم استان عنوان کرد و گفت: در برخی شهرستان‌های استان همدان، ده‌ها هکتار از اراضی به کشت گیاهان مخدر اختصاص داشت.

وی افزود: شوراهای اسلامی روستاها و دهیاران در صورت اطلاع از کشت گیاهان مخدر مکلف به اعلام موضوع به پلیس هستند و خودداری از انجام این تکلیف قانونی می‌تواند مسئولیت‌هایی برای آنان به دنبال داشته باشد.

راه‌اندازی دفتر حمایت از اطفال و نوجوانان

معینی از راه‌اندازی دفتر استانی حمایت از اطفال و نوجوانان برای نخستین‌بار در سال جاری خبر داد و گفت: حمایت از اطفال و نوجوانان در دستور کار این معاونت قرار دارد. معاون اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم دادگستری کل استان همدان افزود: هدف از راه‌اندازی این دفتر، حمایت‌های حقوقی و قضائی از اطفال و نوجوانانی است که در آستانه بزه و جرم قرار دارند یا مرتکب بزه شده‌اند. وی ادامه داد: دستگاه‌های مختلف از جمله بهزیستی و آموزش و پرورش بر اساس قانون وظایفی در زمینه شناسایی، حمایت و پیشگیری از آسیب‌های این گروه سنی بر عهده دارند.

اجرای طرح هر مسجد یک حقوقدان

معاون اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم دادگستری کل استان همدان با اشاره به اجرای طرح ارائه مشاوره حقوقی در مساجد گفت: در ۲۰ مسجد شهر همدان با استفاده از ظرفیت کانون وکلا، مرکز وکلای قوه قضائیه و بسیج حقوقدانان برای ارائه آموزش و مشاوره حقوقی اقدام شده است.

وی افزود: امسال سومین سال اجرای این طرح است و تلاش می‌شود با حضور حقوق‌دانان در مساجد، آگاهی عمومی مردم درباره مسائل حقوقی افزایش یابد و از شکل‌گیری برخی اختلافات و پرونده‌های قضائی پیشگیری شود.

۶۰ درصد پرونده‌های سازش محله‌ای منجر به صلح شد

معاون اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم دادگستری کل استان همدان درباره تشکیل گروه‌های سازش محلات گفت: این طرح با همکاری سازمان‌های مردم‌نهاد و در محلات کم‌برخوردار به‌صورت نمونه اجرا شده است و افراد مورد اعتماد محلات در حل اختلافات مردم کمک می‌کنند.

احصای ۱۰/۲ میلیون کیلووات ساعت انرژی برق در چهارمحال و بختیاری

شهرکرد- خبرنگار کیهان:

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق چهارمحال و بختیاری با اشاره به آخرین اقدامات انجام شده در قالب اجرای طرح مدیریت هوشمند تلفات انرژی برق (مهتاب) در این استان گفت: از ابتدای اجرای این طرح ۹۹۸ مورد انشعاب غیر مجاز جمع‌آوری و ۱۰/۲ میلیون کیلووات ساعت انرژی برق احصا شده است.

مجید فرهزاد افزود: با همکاری نیروهای انتظامی تاکنون ۹۹۸ انشعاب و۵۵۶ مورد ماینرغیرمجاز، شناسایی، جمع‌آوری و مورد پیگرد قانونی قرار گرفته است.

وی با اشاره به اینکه مصارف برق مراکز تجاری، فرهنگی، گردشگری و... از سوی گروه‌های عملیاتی این شرکت پایش و بررسی و با جلوه‌های بدمصرفی مقابله خواهد شد، اضافه کرد: لوازم اندازه‌گیری ۳۱۰۴ مورد از چاه‌های آب کشاورزی مورد آزمایش و بازرسی قرار گرفته و ۲۱۴ دستگاه شمارشگر موقت نیز برای ساماندهی برق‌های غیر مجاز و انشعاب‌های فرعی نصب شده است.

مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان بوشهر:

۲۰ بنگاه تولیدی عضو خوشه‌های صنعتی به روسیه اعزام شدند

بوشهر- خبرنگار کیهان:

مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان بوشهر از اعزام هیئت صنعتی- تجاری استان به دو نمایشگاه تخصصی صنایع غذایی در مسکو و شیلات و آبزیان در سن‌پترزبورگ روسیه با همکاری اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی بندر بوشهر و تشکل‌های آبزیان استان خبر داد.

مهندس حسینی اظهار داشت:۲۰ بنگاه تولیدی عضو خوشه‌های صنعتی آبزیان و صنایع غذایی از استان بوشهر در هیئت اعزامی به نمایشگاه صنایع غذایی مسکو و نمایشگاه شیلات و آبزیان سن پترزبورگ روسیه حضور دارند، این هیئت با هدف توسعه بازار، شناسایی فرصت‌های صادراتی و ایجاد ارتباط مستقیم میان فعالان اقتصادی استان و شرکت‌های روسی به روسیه اعزام شد.

وی افزود: در این برنامه، اعضای هیئت از نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی WorldFood Moscow در مسکو و نمایشگاه بین‌المللی شیلات و آبزیان Seafood Expo Russia در سن‌پترزبورگ بازدید خواهند کرد. نمایشگاه WorldFood Moscow از ۲۲ تا ۲۷ شهریورماه در مسکو برگزار می‌شود و حوزه‌هایی همچون مواد غذایی، محصولات منجمد، ماهی و آبزیان، شیرینی و شکلات و خرما و سایر صنایع غذایی را پوشش می‌دهد.

حسینی ادامه داد: همچنین نمایشگاه Seafood Expo Russia از ۱۶ تا ۱۸ سپتامبر در سن‌پترزبورگ برگزار می‌شود و فعالان حوزه‌های شیلات، آبزی‌پروری، فرآوری، تجارت، لجستیک و بسته‌بندی در آن حضور دارند.

مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان بوشهر تصریح کرد: هدف از این اعزام صرفاً بازدید از نمایشگاه نیست، بلکه تلاش می‌شود فعالان اقتصادی استان با خریداران، واردکنندگان، شرکت‌های توزیع و فعالان صنایع غذایی و آبزیان روسیه ارتباط برقرار کرده و ظرفیت‌های تولیدی و صادراتی استان بوشهر را معرفی کنند. وی گفت: خوشه آبزی‌پروری و فرآوری آبزیان استان بوشهر و انجمن صنعت آبزیان و اتحادیه تعاونی پرورش‌دهندگان میگوی استان نیز در این برنامه حضور فعال خواهند داشت و یکی از محورهای اصلی مذاکرات، بررسی ظرفیت صادرات میگوی بوشهر و سایر محصولات آبزی به بازار روسیه خواهد بود.

جلسه هماهنگی بازگشایی مدارس شهرستان تالش برگزار شد

تالش- خبرنگار کیهان:

جلسه هماهنگی و برنامه‌ریزی برای بازگشایی مدارس شهرستان تالش با هدف ایجاد آمادگی و هماهنگی دستگاه‌های اجرائی، به ریاست رحیم رحیمی، معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی فرمانداری تالش برگزار شد.

در این نشست، آخرین تمهیدات و اقدامات لازم برای آغاز سال تحصیلی جدید مورد بررسی قرار گرفت و بر ضرورت همکاری و هماهنگی همه دستگاه‌های مرتبط برای فراهم‌سازی شرایط مطلوب، ایمن و مناسب برای حضور دانش‌آموزان در مدارس تأکید شد. رحیم رحیمی، معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی فرمانداری تالش، با تأکید بر اهمیت برنامه‌ریزی دقیق و به‌موقع، خواستار اهتمام جدی دستگاه‌های مسئول در اجرای وظایف و رفع مسائل و مشکلات احتمالی پیش از آغاز سال تحصیلی شد.