میدان رسانه و دست برتر ایران در روایت

فائقه بزاز

بخش سوم

میدان مجازی در تسخیر ارتش لِگویی ایران

صحبت از موفقیت پویانمایی‌های لگویی ایران در کارزار رسانه‌ای است. ویدئوهایی که با هوشمندی چند جوان مبتکر و بر اساس ذائقه بومی مردم آمریکا ساخته شده، مورد استقبال جهانیان قرار گرفته است. دست برتری که هشدار می‌دهد ایرانیان وارد قلب شبکه‌های آمریکائی شده، تلاش می‌کنند روی افکار مردم آمریکا تأثیر بگذارند.

لگویی‌هایی که با یک پویانمایی بومی و با استفاده از سمفونی «خرمشهر» اثر مجید انتظامی با عنوان «روایت فتح» منتشر شد و توانست با موسیقی حماسی و دراماتیک «خرمشهر»، مظلومیت، مقاومت و پیروزی را بدون نیاز به کلمات منتقل کند و در امتدادش به موفقیت ویدئوهای رپ گنگستری و ارتباط مستقیم با جوانان غربی برسد. در این شماره به چگونگی میزان باورپذیری این ویدئوهای نوستالژیک میان مردم آمریکا و بازتاب آن در رسانه‌های دنیا می‌پردازیم. ویدیوهائی که هوشمندانه بر تحقیر و تمسخر ترامپ و نتانیاهو تأکید می‌کنند و با مخاطب جهانی همخوانی دارند.

ویدئوهای لگویی و سیم‌کشی مجدد مغزهای جهان

در یکی از این ساخته‌ها، بنیامین نتانیاهو، نخست‌وزیر اسرائیل هم در حالی نشان داده می‌شود که کلمات فتنه‌انگیز در گوش ترامپ زمزمه می‌کند. تسلط سازندگان بر فرهنگ غربی و موسیقی متن که اغلب رپ پرانرژی با اشعار انگلیسی، آمریکایی است ترامپ را فردی خودشیفته، احمق و دروغگو روایت می‌کند به‌گونه‌ای که حتی وقتی شلوارش آتش‌گرفته، در حال سوختن است باز هم اعلام پیروزی می‌کند.

در جایی دیگر این ترانه و شعار خودنمایی می‌کند که؛ «جوانان آمریکایی در صف اعزام به خدمت قرار می‌گیرند، درحالی‌که ثروتمندان در جزیره اپستین خوش‌گذرانی می‌کنند.» و همزمان نوار خبری افزایش شدید قیمت نفت به چشم مخاطب می‌آید، آتشی از اسکناس‌ها، هدررفتن پول مالیات‌دهندگان آمریکایی را نمایش می‌دهد و بمب‌های آمریکایی کودکان مدرسه‌ای ایرانی را می‌کشند.

در یکی دیگر از ویدئوها اینکه ایلومیناتی آمریکا را کنترل می‌کند، و مرگ پرنسس دایانا تصادفی نبوده است به رخ جهانیان کشیده می‌شود. در ویدئوی بامزه دیگری با بهترین و باکیفیت‌ترین روش‌های هوش مصنوعی نتانیاهو به شکل کرمی درون یک سیب نمایش داده می‌شود.

ویدئوی مربوط به شهادت مظلومانه دختران میناب یا دویدن عشایر بانمک ایرانی با برنو دنبال خلبان مفلوک هواپیمای ساقط شده آمریکایی نیز اگرچه محتوایی بومی و ایرانی دارد؛ اما با چینش ماهرانه درست تصاویر پیش چشم مخاطب و چاشنی ترانه‌ها و موسیقی‌اش برای مخاطبان آمریکائی نیز تأثیرگذار و جذاب است.

با موفقیت پویانمایی‌های لگویی، موج بزرگی از واکنش‌ها توسط بلاگرها و یوتیوبرهای غربی در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به راه افتاد. بلاگرهای طرفدار رپ و هیپ‌هاپ، میزگردهای کارشناسی برایش ترتیب دادند و کریستین امانپور در گفت‌وگو با تحلیلگر آمریکایی در برنامه «پرونده‌های سابق» با هیجان یکی از ترانه‌های این کارتون‌ها را همخوانی کرد. حتی پای چهره‌های شناخته‌شده سیاسی و رسانه‌ای غرب مانند جرج گالوی، مکس بلومنتال و جان کوپر را هم به میان آمد تا اعتراف کنند پروپاگاندای ساختگی ایرانی‌ها خیلی بهتر از پروپاگاندای جنگی آمریکا است و آمریکا و اسرائیل در جنگ رسانه‌ای جدید و لگوها بی‌دفاع به نظر می‌رسند.

لگویی‌ها صدای «مالکوم نانس»، فرمانده سابق نیروی دریایی آمریکا را هم درآوردند تا از سرعت تولید و انتشار این ویدئوها اظهار تعجب کند.

در اکونومیست نیز تصریح شد: «این ویدئوها مغزهای جهان را سیم‌کشی مجدد کرده‌اند» و ایرانی‌ها توانسته‌اند از طریق استفاده بسیار خوب از خرده‌فرهنگ‌های اینترنتی، میم‌ها و پویانمایی‌ها، باروح زمانه ارتباط برقرار کنند و این بار پیام «به آمریکا اعتماد نکنید» نه از زبان رهبران ایران، بلکه از زبان نسخه‌های لگویی آن‌ها منتقل می‌شود که سرگرم‌کننده و مؤثرتر است.

پیروزی ایران در نبرد تبلیغاتی علیه هالیوود

شاید بتوان گفت BBC اولین رسانه‌ای است که در گزارش خود از این ویدئوهای لگویی، مصاحبه‌ای از مسئول صفحه «اکسپلوسیو مدیا»- در یک فضای ضد نور و بدون امکان تشخیص چهره او- منتشر کرد که در مصاحبه خود ضمن تأکید بر مستقل‌بودن تیم سازنده این پویانمایی‌ها، اعلام کرد تیم سازنده این ویدئوها کمتر از ۱۰ نفر است و دلیل استفاده آن‌ها از گرافیک سبک لگو را زبان جهانی آن دانست و اعلام کرد جهان باید به رسانه جدید ایران عادت کند.

شبکه CNN هم در گزارشی رپ‌های لگویی به همراه توئیت‌های سفارتخانه‌های ایران در کشورهای مختلف را قوی‌ترین کارهای ایران در بخش دفاع تهاجمی تبلیغاتی معرفی و این روند را تغییر در الگوی تبلیغات حکومتی ایران توصیف می‌کند و می‌گوید ایران بعد از سال‌ها تبلیغات سنتی و قدیمی، به سراغ قالب‌های تازه‌تری مانند پویانمایی‌های لگویی، رپ و میم رفته تا با گزارش‌هایی که محور و محتواهای آن کم‌تهدیدتر و برای جوانان قابل‌هضم‌تر است؛ برای خود تبلیغ یا از خود دفاع کند.

اکونومیست در گزارش مفصلی که به نبرد روایت‌ها در جنگ آمریکا علیه ایران پرداخته است؛ اعتراف می‌کند به طرز شگفت‌آوری، در این جنگ ایران در حال پیروزی در نبرد تبلیغاتی علیه «زادگاه هالیوود» است. در این گزارش با اشاره به ویدئوهای تولیدشده باهوش مصنوعی که در آن‌ها دونالد ترامپ به سخره گرفته شده و کسانی که در برابر او مقاومت می‌کنند، ستایش می‌شوند؛ با استناد به آمار یک مؤسسه آمریکایی اعلام می‌کند این ویدئوها در ماه نخست جنگ، بیش از یک میلیارد بازدید تنها در شبکه ایکس به دست آورده‌اند.

سخنگوی کمیسیون فرهنگی مجلس: تولید ویدئوهایی لگویی با مضمون سقوط جنگنده‌های آمریکایی، یا تلاش هم‌وطنان لر ما برای پیداکردن خلبان آمریکایی و دیگر موارد این‌چنینی به فاصله چند ساعت از انتشار خبر آن‌ها نمونه‌های روشنی از سرعت عمل در تولید این محتواها و عامل بازنشر پرتعداد آن در صفحات است.

روزنامه گاردین هم در مطلبی با عنوان «پیروزی وایرالی» با اذعان به اینکه ایران در نبرد شبکه‌های اجتماعی از آمریکا به‌عنوان سرزمین غول‌های فناوری، جلو افتاده است، اشاره می‌کند که ایرانی‌ها با ویدئوهای کمدی و پویانمایی‌های لِگویی ترامپ که توسط هوش مصنوعی ساخته شده‌اند، از طنز در نبرد تبلیغاتی علیه آمریکا استفاده می‌کنند.

گاردین در این گزارش آورده است: «ایران دارد سرزمین بچه‌خفن‌های تکنولوژی را در جنگ در شبکه‌های اجتماعی شکست می‌دهد.»

«سرزمین بچه‌خفن‌های تکنولوژی» اصطلاحی برای اشاره به دست‌اندرکاران حوزه‌ی فناوری آمریکا، به‌خصوص در «سیلیکون‌ولی» قلب فناوری این کشور، است که به غرور و خودبزرگ‌بینی آن‌ها و همچنین بی‌اعتنائی یا بی‌اطلاعی آن‌ها نسبت به واقعیت‌های اجتماعی اطرافشان اشاره دارد.

واکنش‌ها به پیشروی ارتش لِگویی ایران

بِن رودز، تحلیلگر امنیت ملی آمریکا هم در مصاحبه‌ای با شبکه «م. اس. نوو» درباره تبلیغات جنگ اخیر آمریکا علیه ایران؛ از ویدئوهای تبلیغاتی آمریکا انتقاد می‌کند و می‌گوید ویدئوهای ایرانی برخلاف تبلیغات ترامپ که فقط برای پایگاه هواداران خودش طراحی شده بود؛ برای مخاطب ایرانی ساخته نشده و روی مضامینی دست می‌گذارد که در ایالت متحده آمریکا و سراسر جهان بازتاب دارد. مضامینی مانند اینکه ترامپ بخشی از یک فرقه نخبگانی پشت پرده است یا اینکه پرونده‌های اپستین او را آسیب‌پذیر و گرفتار کرده است و او برای جان غیرنظامیان و کودکان ارزشی قائل نیست و این یعنی تبلیغاتِ تهاجمی.

رودرز در این مصاحبه خود هشدار می‌دهد که کاملاً محتمل است برای جوانان زیر ۳۰ سال آمریکایی و در هر جای دیگر دنیا که روزنامه نمی‌خوانند و اخبار را از شبکه‌های اجتماعی مثل تیک‌تاک، اینستاگرام و ایکس دنبال می‌کنند؛ همین ویدئوها اصلی‌ترین چیزی بوده باشد که درباره جنگ آمریکا و ایران دیده‌اند.

شلیک به قلب دشمن با سلاح خودش

متخصصان سواد رسانه‌ای، شکستن گارد دفاعی مخاطب و سرعت را یکی از علت‌های فراگیرشدن این سبک محتوا می‌دانند؛ چراکه در جنگ روانی بسیار مهم است که در نگاه اول مخاطب گاردی نسبت به محتوا نداشته باشد.

دیوید گیلبرت؛ خبرنگار مجله وایرد هم معتقد است که سرعت نکته کلیدی در بازدید این ویدئوها است و با اشاره به اینکه گروه سازنده ایرانی به‌صورت لحظه‌ای به اتفاقاتی که در حل رخ‌دادن است واکنش نشان می‌دهند؛ می‌گوید: از زمانی که ترامپ آتش‌بس را اعلام کرد تا وقتی که ویدئوها منتشر شد؛ از جمله جزئیات طرح ۱۰بندی آتش‌بس، فقط چند ساعت طول کشید، نه چند روز. آن‌ها توانستند در عرض چند ساعت آن را آماده و منتشر کنند؛ بنابراین این یک تغییر اساسی در نحوه واکنش دولت‌ها به رویدادهای دنیای واقعی است.

کیان عبداللهی، کارشناس و فعال رسانه و سردبیر خبرگزاری تسنیم، نخستین عامل موفقیت، یا به‌اصطلاح رسانه‌ای وایرال‌شدن این ویدئوها، را عبور آن‌ها از فیلترهای دفاعی مخاطب می‌داند و می‌گوید: «مخاطبان غربی، به‌ویژه نسل جوان، نسبت به اخبار رسمی و دولتی چه داخلی و چه خارجی بدبین هستند.» و برای اثبات این ادعای خود به نظرسنجی چند سال قبل مؤسسه گالوپ در آمریکا اشاره می‌کند که بر اساس انتخاب شرکت‌کنندگان در نظرسنجی از بین ۱۰ نهاد مختلف مربوط به دموکراسی و در پاسخ به این سؤال که «به کدام نهاد اعتماد بیشتری دارید؟»، رسانه در قعر لیست بود! بنابراین این یک واقعیت است که مردم در غرب دیگر به رسانه‌ها اعتماد زیادی ندارند.

عبداللهی اولویت «هنر» نسبت به «خبر» رسمی و خشک و خلاقیت و بهره‌گیری از لگو به‌عنوان یک زبان جهانی را از دیگر عوامل مهم موفقیت این پویانمایی‌ها می‌داند و می‌گوید: «هنر با قصه‌گویی، تجربه زیسته بهتری برای مخاطب نسبت به خبر رسمی ایجاد می‌کند و مخاطب با آن ارتباط بیشتری می‌گیرد.»

این کارشناس رسانه معتقد است تیم سازنده این پویانمایی‌ها با استفاده از فرمت لگو که در ضمیر ناخودآگاه مخاطب نماد بازی، خلاقیت و به‌نوعی برانگیزاننده حس نوستالژیک کودکی است، توانستند از فیلترهای دفاعی مخاطب عبور کنند؛ چنان‌که این ویدئوها در نگاه اول اصلاً شبیه به محتوای سیاسی یا جنگی به نظر نمی‌رسیدند، بلکه بیشتر شبیه به میم‌های اینترنتی یا ویدیوهای طنز بودند؛ درحالی‌که اگر مخاطب غربی با محتوای رسمی مواجه می‌شد، ممکن بود آن را پس بزند.

واکنش سریع و به موقع و بازنشر میلیونی

احمد راستینه، سخنگوی کمیسیون فرهنگی مجلس، واکنش به موقع تیم سازنده ویدئوهای لگویی به حوادث و وقایع زمان جنگ و پس از آن را از نقاط قوت کار آن‌ها می‌داند و می‌گوید: الگوریتم حاکم بر فضای مجازی به‌نحوی است کاربران را به واکنش هیجانی نسبت به اتفاقات ترغیب می‌کند و سعی می‌کنند در همان ساعات اولیه وقوع یک رویداد در صفحات خود نسبت به آن واکنش دهند؛ این‌جا بُرد با محتوایی است که سریع‌تر تولید شود.

سخنگوی کمیسیون فرهنگی مجلس تولید ویدئوهایی لگویی با مضمون سقوط جنگنده‌های آمریکایی، یا تلاش هم‌وطنان لر ما برای پیداکردن خلبان آمریکایی و دیگر موارد این‌چنینی به فاصله چند ساعت از انتشار خبر آن‌ها را نمونه‌های روشنی از سرعت عمل در تولید این محتواها و عامل بازنشر پرتعداد آن در صفحات متعدد مجازی می‌داند و معتقد است: «اگر همین محتوا چند روز بعد منتشر می‌شد، به این اندازه مورد استقبال قرار نمی‌گرفت؛ بنابراین واکنش سریع و بموقع عوامل سازنده این ویدئوها به رویدادها، رابطه مستقیمی در بازدید و بازنشر میلیونی آن‌ها دارد.»

ویدیوهای لگو ایرانی این روزها به نقل محافل رسانه‌های اجتماعی و مطبوعات خارجی تبدیل گشته و کارشناسان به دنبال چرایی تأثیر آنها در فضای خارج از ایران هستند. یکی از کارشناسان آمریکایی در تحلیل خود گفت ایرانی‌ها باهوش مصنوعی ویدئوهایی بسیار هوشمندانه و بسیار اثرگذار تولید می‌کنند که دقیقاً به قلب برخی از نقاط ضعف استدلال‌هایی می‌زنند که دولت ترامپ مطرح می‌کند؛ طبق یک برآورد، فقط در شبکه اجتماعی ایکس بیش از یک میلیارد بازدید گرفته‌اند؛ آن‌ها وارد حریم ما شده‌اند! آن‌ها دارند تلاش می‌کنند روی مردم ما اثر بگذارند و این واقعاً نگران‌کننده است.

هوش مصنوعی امکان ساخت ویدیوهایی با ظاهر پرهزینه را به‌صورت ارزان و سریع در واکنش به اخبار فوری فراهم می‌کند. ازآنجاکه بیشتر مدل‌های هوش مصنوعی بر محتوای غربی آموزش دیده‌اند، این فناوری همچنین تولید محتوای جدیدی را که بر الگوهای فرهنگی غربی سوار می‌شود، آسان می‌کند. شبکه‌های اجتماعی راه‌های متعددی برای انتشار این طعنه‌های ایران فراهم می‌کنند، درحالی‌که یوتیوب آن‌ها را مسدود کرده است.

یک کارشناس و فعال رسانه: تیم سازنده این پویانمایی‌ها با استفاده از فرمت لگو که در ضمیر ناخودآگاه مخاطب نماد بازی، خلاقیت و به‌نوعی برانگیزاننده حس نوستالژیک کودکی است، توانستند از فیلترهای دفاعی مخاطب عبور کنند؛ چنان‌که این ویدئوها در نگاه اول اصلاً شبیه به محتوای سیاسی یا جنگی به نظر نمی‌رسیدند، بلکه بیشتر شبیه به میم‌های اینترنتی یا ویدیوهای طنز بودند؛ درحالی‌که اگر مخاطب غربی با محتوای رسمی مواجه می‌شد، ممکن بود آن را پس بزند.

اورژانس همدان در سال گذشته حدود ۹۶ هزار مأموریت انجام داده است

همدان- خبرنگار کیهان:

سرپرست دانشگاه علوم پزشکی همدان با اشاره به فعالیت اورژانس پیش‌بیمارستانی استان، گفت: اورژانس همدان در سال گذشته حدود ۹۶ هزار مأموریت انجام داده و حدود ۱۰۰ هزار مورد مزاحمت تلفنی نیز ثبت شده است.

غلامرضا کلوندی افزود: هر تماس مزاحم ممکن است موجب از دست دادن جان یک بیمار سکته مغزی و قلبی یا مصدوم حادثه‌ای شود، بنابراین لازم است موضوع از منظر فرهنگی و ارتقای آگاهی عمومی مورد توجه قرار گیرد.

وی با اشاره به انعقاد تفاهم‌نامه با سازمان اورژانس کشور، اظهار کرد: با استفاده از منابع داخلی دانشگاه، ۲۵ دستگاه آمبولانس با ارزش حدود ۵۰۰ میلیارد تومان خریداری شده است. کلوندی افزود: با موافقت سازمان اورژانس کشور، هفت دستگاه دیگر نیز به ناوگان اورژانس استان افزوده خواهد شد که می‌تواند ظرفیت خدمت‌رسانی این مجموعه را به شکل محسوسی افزایش دهد.

وی با اشاره به ظرفیت اورژانس هوائی استان اظهار کرد: در سال قبل، ۵۰ مأموریت هوائی انجام شد و هر مأموریت بیش از ۲۰۰ میلیون تومان برای دانشگاه هزینه داشته است؛ در حالی که این خدمات برای مردم رایگان ارائه می‌شود.

کلوندی افزود: با توجه به افزایش هزینه‌ها، برآورد فعلی برای قراردادهای جدید اورژانس هوائی حدود ۸۰۰ میلیون تا یک میلیارد تومان به ازای هر ساعت است و دانشگاه در تلاش است با توجه به اهمیت سرعت خدمات‌رسانی به بیماران، قرارداد جدید را منعقد کند. وی ادامه داد: به دلیل محدودیت‌های امنیتی ناشی از جنگ تحمیلی اخیر، از دی‌ماه سال گذشته پروازهای اورژانس هوائی متوقف شده بود و دانشگاه در حال پیگیری برای ازسرگیری این خدمت است.

سرپرست دانشگاه علوم پزشکی همدان با اشاره به اینکه امروز حدود ۲۰ درصد بیماران بستری در بیمارستان‌ها از خارج از استان مراجعه می‌کنند، اظهار کرد: این موضوع نشان‌دهنده ظرفیت علمی و درمانی موجود و اعتماد مردم به خدمات ارائه‌شده در استان است.

میز خدمت دولت وفاق ملی؛ دیدار صمیمی مدیران تالش با مردم

تالش- خبرنگار کیهان:

میز خدمت دولت وفاق ملی با حضور رضا جمشیدی سه‌ساری، فرماندار تالش، و جمعی از مدیران دستگاه‌های اجرائی شهرستان در میدان امام خمینی(ره) برگزار شد.

میز خدمت دولت وفاق ملی، در اجتماع مردم تالش در میدان امام خمینی(ره) با حضور رضا جمشیدی سه‌ساری فرماندار تالش، و مدیران دستگاه‌های اجرائی شهرستان برگزار شد.

در این برنامه، مردم شریف تالش در فضائی صمیمی و بی‌واسطه، مسائل، مطالبات و درخواست‌های خود را با مسئولان مطرح کردند و مدیران دستگاه‌های اجرائی نیز ضمن پاسخگویی، برای پیگیری و رفع مسائل مطرح‌شده در چارچوب ضوابط و امکانات موجود، قول مساعد دادند. میز خدمت دولت وفاق ملی در بخش حویق برگزار شد.

همچنین میز خدمت دولت وفاق ملی با حضور رضا جمشیدی سه‌ساری، فرماندار شهرستان تالش، و جمعی از مدیران دستگاه‌های اجرائی در مسجد جامع للکه‌محله چوبر برگزار شد.

در راستای رویکرد دولت وفاق ملی مبنی بر حضور میدانی مسئولان و پاسخگویی مستقیم به مطالبات مردم، میز خدمت دولت وفاق ملی امروز در بخش حویق شهرستان تالش برگزار شد.

پایان خوش گم شدن دختر بچه در گیسوم؛ پلیس راه او را به آغوش خانواده رساند

تالش- خبرنگار کیهان:

رئیس پلیس راه استان از پیدا شدن یک دختر بچه گمشده در حاشیه جاده محدوده گیسوم تالش و تحویل وی به خانواده‌اش خبر داد.

سرهنگ «محمد صالحی» اظهار داشت: تیم گشت پاسگاه پلیس راه تالش- صومعه‌سرا حین گشت‌زنی در محدوده گیسوم، دختر بچه‌ای را که در حاشیه جاده گم شده و از والدین خود جدا شده بود، مشاهده کردند.

وی افزود: مأموران وظیفه‌شناس پلیس راه، بلافاصله ضمن رعایت نکات ایمنی، کودک را برای حفظ امنیت به مقر انتظامی منتقل و اقدامات لازم برای شناسایی خانواده وی را آغاز کردند.

رئیس پلیس راه استان ادامه داد: با همکاری مردم محلی و پیگیری مأموران، در کمتر از یک ساعت والدین کودک که از مسافران عبوری بودند، شناسایی و دختر بچه در سلامت کامل به خانواده‌اش تحویل داده شد.

امام جمعه یزد:

احیای امر به معروف و نهی از منکر نیازمند اقدامات منسجم و اجرائی است

یزد - خبرنگار کیهان:

امام‌جمعه یزد با تأکید بر ضرورت احیای فریضه امر به معروف و نهی از منکر گفت: این فریضه باید با برنامه‌ریزی منسجم، آموزش صحیح و اقدامات اجرائی در جامعه دنبال شود.

آیت‌الله ناصری، نماینده ولی‌فقیه در استان و امام‌جمعه یزد، در جلسه ستاد امر به معروف و نهی از منکر استان با تأکید بر ضرورت احیای واقعی فریضه امر به معروف و نهی از منکر، اظهار داشت: از زمان تأسیس ستاد، مأموریت اصلی آن احیای امر به معروف و نهی از منکر بوده است و لذا تمامی فعالیت‌ها باید به گونه‌ای دنبال شود که جامعه با این فریضه الهی بیش از پیش آشنا شود. وی با بیان اینکه امر به معروف و نهی از منکر وظیفه‌ای عمومی است و همه اقشار جامعه باید نسبت به آن توجه داشته باشند، افزود: تحقق این امر مستلزم آن است که معروف‌ها و منکرها به‌درستی شناسایی، تبیین و در قالب برنامه‌های آموزشی به جامعه معرفی شوند.

نماینده ولی‌فقیه در استان یزد خاطرنشان کرد: اگر بخواهیم امر به معروف و نهی از منکر به معنای واقعی کلمه احیا شود، باید سازوکار آن به صورت منسجم و در قالب سازمانی مستقل دنبال شود.

آیت‌الله ناصری با بیان اینکه امر به معروف و نهی از منکر باید با شیوه مناسب جنبه اجرائی پیدا کند، تصریح کرد: موضوع عفاف و حجاب تنها بخشی از این فریضه است و باید با نگاه جامع، همه ابعاد امر به معروف و نهی از منکر مورد توجه قرار گیرد.

وی ادامه داد: بی‌حجابی و برخی ناهنجاری‌های اجتماعی، امروز در شأن نظام اسلامی نیست و نباید نسبت به این مسائل بی‌تفاوت بود و آنها را به حال خود رها کرد.

امام‌جمعه یزد با اشاره به ضرورت جبران کاستی‌های گذشته در این حوزه گفت: در زمینه امر به معروف و نهی از منکر کوتاهی‌هایی صورت گرفته است، اما امروز باید با برنامه‌ریزی دقیق، اقدامات منسجم و منظم در دستور کار قرار گیرد.

وی همچنین بر اهمیت آموزش و فرهنگ‌سازی از سنین پایین تأکید کرد و افزود: موضوع آموزش و تبیین معروف‌ها و منکرها باید در مدارس مورد توجه جدی قرار گیرد و نسل جوان با مبانی و شیوه‌های صحیح امر به معروف و نهی از منکر آشنا شود.

آیت‌الله ناصری در عین حال بر ضرورت حفظ وحدت و انسجام اجتماعی تأکید کرد و گفت: در اجرای برنامه‌های امر به معروف و نهی از منکر نباید جامعه دچار دوقطبی شود؛ بلکه باید اتحاد، یکپارچگی و همدلی مردم حفظ و تقویت شود و اقدامات فرهنگی و اجرائی با رویکردی منطقی، منسجم و وحدت‌آفرین دنبال شود.

برگزیدگان مرحله استانی ۴۹مین دوره مسابقات سراسری قرآن در قم معرفی شدند

قم- خبرنگار کیهان:

رئیس اداره امور قرآنی اوقاف قم گفت: با پایان مرحله استانی چهل و نهمین دوره مسابقات سراسری قرآن کریم در قم، برگزیدگان رشته‌های مختلف در دو بخش خواهران و برادران معرفی شدند.

محمد صالح‌نژاد اظهار کرد: مرحله استانی چهل و نهمین دوره مسابقات سراسری قرآن کریم استان قم، ویژه گرامیداشت مقام رهبر شهید امت و شهدای جنگ رمضان، از روز یکشنبه ۸ شهریورماه در قم آغاز شد.

در این رقابت‌ها، شرکت‌کنندگان در رشته‌های مختلف از جمله قرائت، حفظ، اذان و دعاخوانی به رقابت پرداختند.

وی افزود: این مسابقات تا روز پنجشنبه ۱۲ شهریور ۱۴۰۵ در سالن همایش‌های حرم مطهر امامزاده شاه سید علی(علیه‌السلام) ادامه داشت و در نهایت هیئت داوران، اسامی برگزیدگان در رشته‌های مختلف و در دو بخش برادران و خواهران اعلام کرد.

رئیس اداره امور قرآنی اوقاف قم خاطرنشان کرد: بر این اساس، در بخش خواهران، برگزیدگان رشته‌های مختلف به شرح زیر معرفی شدند:

در رشته حفظ کل بزرگسال، زینب امین‌پور رتبه اول، مریم سادات آبیار رتبه دوم و فاطمه عصارپور و محدثه دانشمند به صورت مشترک رتبه سوم را کسب کردند.

در رشته حفظ ۲۰ جزء بزرگسال، زهره خلیلی رتبه اول، مهدیه شکوری رتبه دوم و زینب دلیری رتبه سوم شدند.

در رشته حفظ ۱۰ جزء بزرگسال، کبری حق‌وردی رتبه اول، محبوبه کلوانی رتبه دوم و فاضله علیزاده رتبه سوم را به دست آوردند.

در رشته حفظ ۱۰ جزء نوجوان، فاطمه بهشتی‌زاده رتبه اول، معصومه سادات خادمی رتبه دوم و نساء خانی رتبه سوم شدند.

در رشته حفظ ۵ جزء بزرگسال، مریم حجازی رتبه اول، محبوبه مغاری و اخلاص سادات رضوی به صورت مشترک رتبه دوم و اعظم شریفی شایان، سودابه آب‌سالان و نگین والایی به صورت مشترک رتبه سوم را کسب کردند.

در رشته قرائت تحقیق بزرگسال، طیبه صبوری رتبه اول، زهرا دوازده‌امامی رتبه دوم و صغری قربانی رتبه سوم شدند.

در رشته قرائت تحقیق نوجوان، زینب اکرمی مقدم رتبه اول و معصومه عصارپور رتبه دوم را به دست آوردند.

در رشته دعاخوانی خواهران، فائزه دمقی رتبه اول، لیلا رسولی رتبه دوم و فاطمه پیوسته رتبه سوم شدند.

در رشته حفظ کل نوجوان، فاطمه جعفری رتبه اول، فاطمه آدینه‌پور رتبه دوم و عطیه عزیزی رتبه سوم را کسب کردند.

در رشته حفظ ۲۰ جزء نوجوان، فاطمه یزدانی رتبه اول و فاطمه شفیعی رتبه دوم شدند.

در رشته ترتیل، فاطمه دلیری رتبه اول، آذرمان صادقی رتبه دوم و نجمه رضازاد رتبه سوم را به دست آوردند.

همچنین در رشته حفظ ۵ جزء نوجوان، مبینا اسفندیاری رتبه اول را کسب کرد.

در بخش برادران نیز، برگزیدگان رشته‌های مختلف به شرح زیر معرفی شدند:

در رشته حفظ کل بزرگسال، احمد معتمدی رتبه اول، مهدی حبیبی رتبه دوم و سید علی حسینی رتبه سوم شدند.

در رشته حفظ کل نوجوان، علی‌رضا براتی رتبه اول، سید علی هل‌اتایی رتبه دوم و غلامحسین علیخانی و محمدرضا قاسملو به صورت مشترک رتبه سوم را کسب کردند.

در رشته حفظ ۱۰ جزء بزرگسال، حسین صالحی رتبه اول، محمد کاظم رجاء رتبه دوم و امیرحسین ایمانی ملکی رتبه سوم شدند.

در رشته حفظ ۱۰ جزء نوجوان، محمدهادی فرامرزی رتبه اول، مهدی ایزدی مطلق رتبه دوم و یاسین ابراهیمی رتبه سوم را به دست آوردند.

در رشته حفظ ۵ جزء بزرگسال، محمدحسن خلیلی رتبه اول و محمد رسول کاشانی و حسین رضا آقایی به صورت مشترک رتبه دوم شدند.

در رشته قرائت تحقیق بزرگسال، میثم حمیدی‌نیک و محمدمهدی طالبیان قمی به صورت مشترک رتبه اول، محمد صادق بهشتی و سجاد پروینی‌نژاد به صورت مشترک رتبه دوم وهادی خانی رتبه سوم را کسب کردند.

در رشته قرائت تحقیق نوجوان، رضا خجسته‌کی رتبه اول، علی میرشمس رتبه دوم و سید امیرمحمد میره‌ای رتبه سوم شدند.

در رشته دعاخوانی، رضا ابراهیم‌پور رتبه اول، مهدی دهباشی و سید محمد مدنی به صورت مشترک رتبه دوم و وحید رحمانی رتبه سوم را به دست آوردند.

در رشته اذان، محمدمهدی رحیمی رتبه اول، محمدرضا زینلی و متین قربانی به صورت مشترک رتبه دوم و حسین پهلوان‌نژاد رتبه سوم شدند.

در رشته حفظ ۲۰ جزء نوجوان، حسین ایزدی رتبه اول، مهدی عزیزی توفیق رتبه دوم و امیرمحمد علی رتبه سوم را کسب کردند.

در رشته ترتیل، روح‌الله آقایی رتبه اول، محمدمهدی محمودی و مهدی اکبری به صورت مشترک رتبه دوم و مرتضی مرادی و حمیدرضا صافی به صورت مشترک رتبه سوم شدند.

در رشته حفظ ۲۰ جزء بزرگسال، حسین کریمی لویی، سجاد وفایی و حیدر سلیمانی به صورت مشترک رتبه اول، محمدابراهیم صافی رتبه دوم و مهران منعمی رتبه سوم را به دست آوردند.

در رشته حفظ ۵ جزء نوجوان نیز سجاد اسدی رتبه اول، محمدجواد رحیمی رتبه دوم و سید محمدحسین رضویان و امیرعباس سعادت‌جانی به صورت مشترک رتبه سوم شدند.

سیاست‌گذاری سلامت باید به سمت پیشگیری از بیماری‌ها حرکت کند

همدان- خبرنگار کیهان:

مدیرکل بیمه سلامت استان همدان با بیان اینکه پیشگیری باید از اولویت‌های نظام سلامت باشد، گفت: نظام پیشگیری و تشخیص زودهنگام بیماری‌ها، می‌تواند از تحمیل بخش قابل توجهی از هزینه‌های سنگین درمان به مردم و دولت جلوگیری کرد.

فریبرز نیاستی با بیان اینکه نظام سلامت در حوزه پیشگیری دستاوردهای قابل توجهی داشته است گفت: در سطح ملی در زمینه واکسیناسیون و کنترل بیماری‌هایی مانند فلج اطفال و سرخک به سطح بالایی از پوشش رسیده‌ایم و اکنون باید بر پیشگیری از بیماری‌های غیرواگیر تمرکز شود.

وی افزود: بیماری‌هایی مانند دیابت، فشار خون و چاقی ارتباط زیادی با سبک زندگی، تغذیه، فعالیت بدنی و سایر عوامل رفتاری دارند و سیاست‌گذاری سلامت باید بیش از گذشته به سمت پیشگیری از این بیماری‌ها حرکت کند. مدیرکل بیمه سلامت استان همدان تأکید کرد: در نظام سلامت علاوه بر پرداخت هزینه برای درمان بیماری، باید برای حفظ سلامت و رفتارهای سالم نیز مشوق‌هایی در نظر گرفته شود.

توسعه طرح پزشک خانواده

مدیرکل بیمه سلامت استان همدان با تاکید بر ضرورت توسعه نظام ارجاع و پزشک خانواده، گفت: نظام ارجاع و پزشک خانواده در بخش شهری در حال توسعه است اگرچه این نظام ممکن است دارای ایراداتی باشد، اما در شرایط فعلی مناسب‌ترین سازوکار شناخته‌شده برای مدیریت خدمات سلامت و کنترل هزینه‌های درمان است.

نیاستی عنوان کرد: بیمه‌شدگان روستایی برای دریافت خدمات سطوح دو و سه باید از مسیر نظام ارجاع اقدام کنند و مراجعه آنها به پزشک متخصص باید پس از ویزیت توسط پزشک خانواده انجام شود.

وی با اشاره به نقش پزشک خانواده در مدیریت سلامت افراد گفت: پزشک خانواده باید شناخت مناسبی از وضعیت سلامت فرد و خانواده داشته باشد و با در اختیار داشتن سابقه بیماری‌ها، شرایط خانوادگی و عوامل خطر، مناسب‌ترین مسیر درمانی را برای بیمار انتخاب کند.

وی با تاکید بر نقش پزشک خانواده در تشخیص زودهنگام بیماری‌ها گفت: یکی از مهم‌ترین کارکردهای این نظام، پیشگیری و تشخیص بموقع بیماری‌هاست؛ موضوعی که در نهایت می‌تواند هزینه‌های درمان را به میزان قابل توجهی کاهش دهد.

پرداخت ۴/۵ همت هزینه درمان بیمه‌شدگان سلامت در همدان

مدیرکل بیمه سلامت استان همدان با اشاره به هزینه‌های درمانی پرداخت‌شده در استان گفت: در سال ۱۴۰۴ حدود ۴ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان، معادل ۴.۵ همت، از سوی بیمه سلامت برای هزینه‌های درمانی در استان همدان پرداخت شده است. وی در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به صندوق حمایت از بیماران خاص و صعب‌العلاج گفت: این صندوق از سال ۱۴۰۱ تشکیل شده و تعداد گروه‌های بیماری زیر پوشش آن به ۱۳۳ گروه رسیده است.

۹۰ درصد تعرفه خدمات ناباروری در مراکز دولتی

مدیرکل بیمه سلامت استان همدان به حمایت بیمه سلامت از درمان ناباروری اشاره کرد و گفت: در سال ۱۴۰۴ حدود ۱۷ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان برای دو هزار و ۸۴۳ زوج نابارور در استان همدان پرداخت کرده‌ایم.

وی ادامه داد: در مراکز دولتی، ۹۰ درصد تعرفه خدمات درمان ناباروری و در مراکز خصوصی نیز ۶۰ درصد تعرفه بخش خصوصی توسط بیمه سلامت پرداخت می‌شود.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد فارس:

اهل‌بیت(ع)، چراغ راهگشای ما و معنویت؛ روغن‌کاری چرخ زندگیست

ش