اخبار

همزمان با ایام فاطمیه؛

پویش مطالعاتی روایت‌های بارانی برگزار می‌شود

پویش مطالعاتی روایت‌های بارانی با محوریت کتاب «مگر چشم تو دریاست» همزمان با ایام فاطمیه برگزار می‌شود.

پویش مطالعاتی روایت‌های بارانی همزمان با ایام فاطمیه و شهادت مظلومانه حضرت زهرا (س) با محوریت کتاب «مگر چشم تو دریاست» توسط انتشارات شهید کاظمی برگزار می‌شود.

کتاب «مگر چشم تو دریاست!» نوشته جواد کلاته عربی دربرگیرنده زندگی شهیدان محمد، عبدالحمید، نصرالله و رضا جنیدی را از زبان مادر این‌شهیدان است.

شهیدان جنیدی در خانواده‌ای مجاهد و روحانی متولد می‌شوند. پدر شهدا پس از سال‌ها تحصیل و تدریس در حوزه علمیه قم در سال ۱۳۵۴ به زادگاهش شهرستان پیشوا بازمی‌گردد. ایشان پس از انقلاب به پیشنهاد آیت‌الله محمدی گیلانی و با حکم امام خمینی به امامت جمعه شهرستان رودسر منصوب می‌شود و بعد از رحلت امام هم با حکم مقام معظم رهبری تا پایان عمرش در سال ۱۳۷۷ در این سنگر مقدس خدمت می‌کند.

نصرالله، نخستین شهید خانواده جنیدی در سال ۱۳۵۹ در جبهه آبادان به شهادت می‌رسد. نصرالله جنیدی عضو ستاد جنگ‌های نامنظم شهید چمران بود. رضا، کوچک‌ترین پسر خانواده، از بسیج رودسر به جبهه غرب اعزام می‌رود و در همان اعزام اول به شهادت می‌رسد. ضدانقلاب با آگاهی از اینکه او فرزند امام‌جمعه است، بر سر تبادل پیکر او از نیروهای ایرانی طلب پول می‌کند، اما با مخالفت پدر و مادر شهید روبه‌رو می‌شود. محمد، سومین شهید و پسر ارشد خانواده، به عنوان بسیجی لشکر ۲۷ محمد رسول‌الله (ص) در عملیات خیبر در حالی به شهادت می‌رسد که برادرش عبدالحمید، ناظر شهادتش است و نمی‌تواند پیکر برادرش را به عقب برگرداند. در نهایت، عبدالحمید هم پس از سال‌ها تحمل جراحت‌های جنگ، در سال ۱۳۷۹ به جمع برادران شهیدش می‌پیوندد.

بخش‌هایی از متن این کتاب، به فعالیت‌های حاج‌آقا جنیدی، حاج‌خانم جنیدی، دامادها و عروس‌های این خانواده مجاهد در پشت جبهه می‌پردازد. همچنین، بخش‌هایی از متن کتاب نیز شامل روایت‌هایی از چهار بازدید مقام معظم رهبری از بیت شهیدان جنیدی است.

شرکت‌کنندگان در این‌پویش کتابخوانی می‌توانند با تهیه کتاب از فروشگاه‌های سراسر کشور و یا ارسال نام کتاب به شماره پیامک ۳۰۰۰۱۴۱۴۴۱ و همچنین مراجعه به پایگاه الکترونیکی manvaketab.ir و خرید اینترنتی کتاب در مسابقه شرکت کنند.

مخاطبان این‌رویداد پس از خرید کتاب، می‌توانند به دو روش در مسابقه شرکت کنند:

روش اول: شرکت کنندگان می‌توانند با ارسال کد سریالی که روی برگه مسابقه درج شده به سامانه پیامکی ۳۰۰۰۱۴۱۴۴۱ در مسابقه شرکت نمایند. (در این بخش بعد از پایان مسابقه به قید قرعه به ۱۸ نفر از برگزیدگان جوایز نقدی و غیر نقدی نفیسی اهدا خواهند شد)

روش دوم: با ارائه یادداشت و دلنوشته و ارسال صفحه مورد علاقه خود از کتاب و یا گرفتن عکسی خلاقانه و ساخت کلیپ و تیزر و فایل صوتی معرفی از کتاب و انتشار در شبکه‌های اجتماعی.

(شرکت کنندگان در این بخش می‌توانند آثار خود را با هشتگ # نشر_شهید_کاظمی و # مگر_چشم_تو_دریاست در اینستاگرام به اشتراک بگذارند و درقرعه کشی هفتگی مسابقه شرکت نمایند.)

مهلت ارسال آثار به این‌پویش کتابخوانی نیز تا ۳۰ اسفند ۹۸ اعلام شده است.

به‌زودی تا دهه فجر؛

کاخ مرمر به موزه هنر ایران تبدیل می‌شود

کاخ مرمر که تاکنون در اختیار مجمع تشخیص مصلحت نظام بوده، با پیگیری‌های بنیاد مستضعفان، تا دهه فجر به موزه هنر ایران تبدیل خواهد شد.

پرویز فتاح رئیس بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی شنبه‌شب ۲۸ دی در برنامه «نگاه یک» گفت: مجمع تشخیص مصلحت نظام و شخص مرحوم آیت‌الله هاشمی رفسنجانی حدود ۲۰ تا ۲۵ سال پیش در کاخ مرمر مستقر شدند. همان‌زمان هم به نظر می‌رسید که این استقرار درست نبود چون مسئولان نظام نباید در این کاخ‌ها بنشینند. در واقع مسئولان نظام این کاخ را از ملت گرفته‌اند. بنابراین باید به آنها برگردانده می‌شد.

وی افزود: این‌کاخ بعد از درگذشت آقای رفسنجانی تخلیه شد اما نه به راحتی؛ بلکه بعد از ادعاها و جر و بحث‌های زیاد. این یکی از آن‌مواردی بود که نمی‌دانستیم پیش چه‌کسی شکایتمان را ببریم و به ملت چه‌جوابی بدهیم. البته کاخ با تلاش‌های انجام شده و جدیتی که بیت رهبری انجام داد و همکاری مجمع تشخیص مصلحت نظام، این اواخر تخلیه شد. قرار بود استفاده‌های دیگری برای مهمانان خارجی و تشریفات استفاده شود که از آن هم عدول کردند.

رئیس بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی ادامه داد: ما می‌خواهیم کاخ مرمر را به یک موزه در شأن ملت شریف تبدیل کنیم و امیدواریم تا این‌موزه دهه فجر آماده شود. در داخل محوطه و کاخ اشیایی به نمایش گذاشته خواهد شد که جزو افتخارات ماست که مردم از آن بازدید و استفاده کنند.

آن‌طور که بنیاد مستضعفان در نظر دارد، قرار است کاخ مرمر به موزه هنر ایران تبدیل شود و اشیای مرتبط با این‌موزه، در معرض دید عموم مردم قرار گیرد.

در صورت لغو و حذف هزینه ویزای روسیه

تبلیغ گردشگری ایران در روسیه از بودجه سفر هر ایرانی به این کشور

اگر لغو ویزا با روسیه اجرایی شود طرحی در وزارت میراث فرهنگی مدنظر است که به جای حذف ۱۲۰ دلار هزینه ویزای کنونی ۳۰ دلار از هر گردشگر خروجی گرفته تا آن را برای تبلیغ ایران در روسیه هزینه کنند.

پس از آنکه روسیه در شهریور ماه امسال اعلام کرد که ویزای مسکو (و نه سنت پترزبورگ) برای گردشگرانی که گروهی به این کشور سفر کنند لغو می‌شود، ایران هم درصدد برآمده تا این اقدام را گسترده‌تر کرده و در سال جدید میلادی تفاهمنامه ای را با این کشور در زمینه لغو روادید امضا کند. در پی آن وزیر میراث فرهنگی در طرحی جدید می‌خواهد تا روابط گردشگری این دو کشور تقویت شده و گردشگران روس بیشتری به ایران بیایند گردشگرانی خشک و رسمی و آفتاب ندیده که به زعم برخی از فعالان این حوزه، ایران را خوب نمی‌شناسند پس باید برای آنها درباره ایران فرهنگی، دارای آب و هوای مناسب و آفتابی و امن تبلیغ کرد. اما چگونه؟

وزیر میراث فرهنگی وظیفه تبلیغ ایران در روسیه را به یکی از شرکت‌های زیرمجموعه خود به نام شرکت مادرتخصصی ایرانگردی و جهانگردی ایران سپرده است. حالا این شرکت دست به کار شده و یک شرکت مشاوره‌ای را به کار گرفته تا مطالعه کند سلایق و علایق روس‌ها چیست. آنها هم به این نتیجه رسیده اند که اسکی یکی از دلفریب ترین جاذبه‌ها برای روس‌هاست پس جایی مانند پیست اسکی دیزین که به پایتخت هم نزدیک است می‌تواند یکی از گزینه‌ها باشد.

اما سواحل دریاهای جنوب ایران نیز یکی از گزینه‌هایی است که می‌توان روی آن تبلیغ کرد از این جهت که مانعی برای حضور روس‌های سخت گیر در جزایر کیش و قشم وجود ندارد و آنها می‌توانند از آفتاب ساحلی این دریاها طبق قوانین ایران استفاده کنند. ایران هم که تنوع کوه و کوهستان از البرز تا زاگرس و قله دماوند را جزو جاذبه‌هایش دارد پس می‌ماند اینکه چطور این داشته‌ها در روسیه تبلیغ شود.

در این باره خشایار نیکزادفر مدیرعامل شرکت توسعه ایرانگردی و جهانگردی به خبرنگار مهر توضیح می‌دهد: نصب بیلبوردهای خیابانی، برپایی نشست‌های B۲B برگزاری همایش‌های گردشگری، شرکت در نمایشگاه‌های گردشگری خارجی، حضور در رسانه‌های روسی از جمله راه‌هایی است که می‌توان ایران را در این کشور تبلیغ کرد.

حالا مشاوران تبلیغاتی و گروه مشاوره شرکت ایرانگردی و جهانگردی در حال بررسی قیمت روش‌های مختلف تبلیغاتی در روسیه هستند. نیکزاد می‌گوید که هنوز نمی‌توانیم بگوییم چقدر هزینه برای تبلیغ نیاز داریم ولی می‌دانیم که حدود ۲۰ هزار ایرانی به روسیه می‌روند. از این راه می‌توان هزینه‌ها را تأمین کرد. اما چطور؟

گرفتن هزینه خروج هر گردشگر به مقصد روسیه

مدیرعامل این شرکت که می‌داند تبلیغ گردشگری یک کشور چقدر می‌تواند در کشور دیگر هزینه داشته باشد، یک راه را پیش رو گذاشته است. او می می‌گوید: بررسی کرده ایم که سه گروه آژانس مسافرتی داریم. آنهایی که گردشگر می‌برند آنهایی که صرفاً گردشگر می‌آورند و دفاتری که در هر دو حوزه کار می‌کنند. می‌توان از دفاتری که در حوزه خروج گردشگر کار می‌کنند مبلغی را گرفت و از این طریق هزینه‌ها را تأمین کرد. اکنون آژانس‌های مسافرتی از هر گردشگری که به روسیه می‌رود چیزی حدود ۱۲۰ دلار بابت ویزا و کارگزاری گرفته می‌شود. در صورتی که ویزای روسیه لغو شود، این هزینه نیز دیگر وجود نخواهد داشت. ما می‌توانیم از هر آژانس خروجی کار، به ازای خروج هر مسافر به روسیه ۳۰ دلار بگیریم. آژانسی هم که در هر دو حوزه ورودی و خروجی کار می‌کند ۱۵ دلار بابت هر فرد بپردازد. آژانسی هم که تنها در حوزه ورود گردشگر از روسیه فعالیت می‌کند از پرداخت این هزینه معاف شود. البته این عدد هنوز رسمی نیست و در حال محاسبه هستیم ولی می‌تواند بخشی از هزینه‌های این تبلیغات را تأمین کند. برای تبلیغات حد و حدودی را مشخص کرده و آن را به تعداد مسافران خروجی تقسیم می‌کنیم.

در واقع نیکزادفر می‌گوید که اگر ویزا لغو شود دیگر گردشگران ۱۲۰ دلار نمی‌پردازند بنابراین اگر به ازای خروج هر گردشگر حدود ۳۰ دلار از آژانس مسافرتی گرفته شود هزینه‌ای که قبلاً می‌بایست ۱۲۰ دلار می‌پرداختند الان به ۳۰ دلار کاهش می‌یابد. این به نفع گردشگران هم خواهد بود از یک طرف هزینه‌هایشان کاهش پیدا کرده از طرفی فعالان گردشگری می‌توانند از تبعات تبلیغ ایران در روسیه و جذب گردشگر روسی استفاده کنند.

وی در پاسخ به اینکه برای اجرای چنین طرحی در واقع هزینه‌ها را دفاتر از مسافران می‌گیرند توضیح می‌دهد: بستگی دارد از چه طرفی نگاه کنید از جایگاه ۲۰ هزار نفری که به روسیه می‌روند یا از جایگاه فعالان گردشگری؟ اگر در جایگاه مسافر به این طرح نگاه کنید می‌بینید که دیگر لازم نیست ۱۲۰ دلار بپردازید و این رقم تا ۳۰ دلار کاهش پیدا کرده ولی از جایگاه فعالان گردشگری اگر ببینید متوجه می‌شوید که هزینه تبلیغات گردشگری ایران از این طریق تأمین می‌شود. می دانم این دغدغه وجود دارد که این پول کجا هزینه شود این مسئله مهمی است. می‌توان این هزینه را شفاف اعلام کرد. حتی می‌توان این طرح را برای گردشگران خروجی به چین و عمان هم انجام داد.

طبق بررسی‌های خبرنگار مهر، اکنون دفاتر خدمات مسافرتی برای گرفتن یک ویزای گردشگری عادی از هر مسافر حدود دو میلیون و ۲۷۳ هزار تومان هزینه دریافت می‌کنند که اگر آن گردشگران مدارک لازم را به همراه داشته باشند برای سفر به مسکو باید به ویزا سنتر روسیه که کارگزار سفارت این کشور در ایران هست، ۱۱۳ دلار بپردازند که شامل ۸۰ دلار هزینه ویزا و ۳۳ دلار هزینه‌های جانبی آن می‌شود.

نمی‌توانیم گردشگران را به زور به ایران بفرستیم

پیش از این هم طرح‌هایی برای تبلیغ ایران در کشورهایی مانند روسیه اجرا شده بود اما ناتمام ماند. شاید یکی از دلایل آن هزینه‌های سنگین بود ولی این بار با چنین طرحی قرار است هزینه‌هایی برای همیشه از مسافران به روسیه گرفته شود که معلوم نیست تا چه زمانی به نام تبلیغ گردشگری ایران ادامه داشته باشد و آیا واقعاً در این زمینه هزینه خواهد شد یا نه. هزینه‌هایی که قرار است برای گردشگران سخت گیر روس خرج شود آنهایی که لوان جاگاریان، سفیر کشورشان در ایران می‌گوید: ما نمی‌توانیم به زور گردشگران را به ایران بفرستیم، ایران کشوری باستانی و تاریخی است، ولی اینجا محدودیت‌هایی وجود دارد. این محدودیت‌ها باعث می‌شود که روس‌ها، کشورهایی چون تایلند، امارات، اروپای جنوبی و ترکیه را ترجیح دهند. ما این محدودیت‌ها را درک می‌کنیم و آن را رعایت کرده و به آن احترام می‌گذاریم، ولی گردشگران ما ترجیح می‌دهند به جای دیگری سفر کنند.

هر چند که شرکت مادر تخصصی ایرانگردی و جهانگردی امید دارد که چنین طرحی اجرا شود اما تا اجرایی شدن آن راه پر پیچ و خم و درازی مانده است. پیش از این هم بارها طرح‌های مختلفی برای گسترش روابط گردشگری دو کشور ایران و روسیه داده شده بود از جمله برقراری پرواز کیش _مسکو ولی هیچ گاه به نتیجه نرسید با این وجود اما آنها در نظر دارند که در نمایشگاه گردشگری روسیه نیز شرکت کرده و این راه‌ها را هم امتحان کنند.

تغییرات همچنان ادامه دارد؛

بی ثباتی مدیریتی در فرهنگ وارشاد کردستان

بی ثباتی مدیریتی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی کردستان از زمان روی کار آمدن دولت تدبیر و امید آغاز شده و در مدت شش سال تاکنون پنج بار مدیریت این اداره کل تغییر پیدا کرده است.

نگاه فرهنگی رهبری به کردستان در سال ۸۸ نقطه عطفی در تاریخ این استان بود که متأسفانه طی چند سال اخیر مقوله هنر و فرهنگ به واسطه اینکه بی ثباتی در مدیریت فرهنگ و ارشاد اسلامی کردستان موج می‌زند، نتوانسته راه خود را پیدا کند و خود این ظرفیت عظیم در حال تبدیل شدن به یک چالش جدی است.

متأسفانه در طول یک دهه اخیر جامعه فرهنگ و هنر کردستان در بحث مدیریتی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان با بی ثباتی بسیاری مواجه بوده‌اند و هر از چند گاهی این اداره کل به دست یک سرپرست سپرده می‌شود و یا اینکه به افرادی سپرده شده که سابقه هیچ‌گونه مدیریتی نداشته‌اند و همین مسئله باعث شده کردستان در بحث برنامه‌های هنری و فرهنگی در چند سال گذشته در حال درجا زدن باشد.

تا پیش از سال ۹۲ وضعیت در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی کردستان به مراتب از لحاظ مدیریتی مناسب‌تر بود، اما با روی کار آمدن دولت تدبیر و امید و واگذاری مدیریت این اداره کل طی هر چند ماه یکبار به یک نفر آرامش از حوزه فرهنگ و هنر کردستان گرفته شد.

از سال ۱۳۸۹ تا مهر ماه سال ۱۳۹۲ «قباد میمنت آبادی» به عنوان مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی کردستان مشغول به خدمت بود که پس از برکناری وی «جلال قلعه شاخانی» به مدت هفت ماه، سرپرستی این اداره کل را در استان بر عهده داشت.

روز یکشنبه ۲۱ اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۳ بود که طی حکمی از سوی علی جنتی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی دولت یازدهم «رحیم جعفری» به عنوان مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان کردستان منصوب شد.

مدیریت ادارات ارشاد کردستان و کرمانشاه توسط یک شخص

پس از گذشت حدود دو سال و ۱۰ ماه «رحیم جعفری» با حکم وزیر وقت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ۲۲ اسفند ماه سال ۱۳۹۵ به عنوان مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان کرمانشاه منصوب شد و همزمان حکم سرپرستی این اداره کل در استان کردستان را نیز دریافت کرده بود و عملاً از این زمان به مدت حدود هشت ماه اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان کردستان فردی را در اتاق مدیریتی خود به چشم ندید.

پس از این خلأ هشت ماهه در تاریخ ۱۷ آبان ماه سال ۱۳۹۶ بود که با حکم سیدعباس صالحی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی «جلال قلعه شاخانی» که سابقه سرپرستی هفت ماهه این اداره کل را پیش از «رحیم جعفری» در کارنامه داشت به عنوان مدیرکل جدید فرهنگ و ارشاد اسلامی کردستان منصوب شد که در نگاه اول جامعه فرهنگ و هنر کردستان از این انتصاب به دلیل انتخاب فردی بومی برای مهمترین نهاد فرهنگی کردستان، خرسند بودند.

متأسفانه علیرغم اینکه در طول بیش از دو سال گذشته تمامی ظرفیت‌های استان برای موفقیت «جلال قلعه شاخانی» بسیج شده بود اما به غیر از اجرایی کردن برنامه‌ها و جشنواره‌های روتین گذشته، اتفاق چندانی در عرصه فرهنگ و هنر در استان کردستان روی نداد.

حاشیه‌های پیرامون فعالیت مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان کردستان از متن فعالیت‌ها پررنگ‌تر شد و در حالی که کردستان در حوزه زیرساختی بخش فرهنگ با چالش‌های جدی مواجه بود ولی اعتباراتی میلیاردی برای یکی دو فعالیت ویترینی و البته دهن پرکن در این استان هزینه شد.

پروژه تالار مرکزی سنندج همچنان نیمه تمام است

مهمترین پروژه زیرساختی بخش فرهنگ در استان کردستان، تالار مرکزی سنندج است که علیرغم تمامی وعده‌های جلال قلعه شاخانی و البته مدیران و مسئولان بالاتر از وی نیز هنوز نیمه تمام باقی مانده است.

در حالی که خود مدیرکل برکنار شده فرهنگ و ارشاد اسلامی کردستان بارها از پایان سال ۹۷ و بعد از آن سال ۹۸ به عنوان زمان افتتاح فاز نخست این پروژه یاد می‌کرد، که قلعه شاخانی از مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی کردستان کنار گذاشته شد ولی تالار مرکزی سنندج همچنان نیمه تمام باقی مانده است.

البته ذکر این نکته هم ضروری است که علیرغم وعده‌های متعدد رسانه‌ای در خصوص احداث چندین پلاتو نمایش در سراسر استان و برگزاری مراسم‌های رنگین کلنگ زنی آنها، فعلاً از سرنوشت این تعداد پلاتو هم خبری در دست نیست.

بی ثباتی در بحث مدیریتی در حوزه فرهنگ و هنر کردستان آنقدر بسیار بوده که حتی صدای هنرمندان این استان را هم درآوره و به نوعی از کمبود امکانات، فضاهای فرهنگی و هنری و فعالیت‌های شاخص فرهنگی و هنری در خور شأن نام و جایگاه استان فرهنگی کردستان شکایت و گله دارند.

سیروان کنعانی یکی از هنرمندانی است که به این وضعیت واکنش نشان داده و به بیان اینکه از سوی مسئولان فرهنگی به هنر توجه چندانی نمی‌شود، در صحفه خود در یکی از شبکه‌های اجتماعی نوشت: متأسفانه کسانی که انتظار می‌رود در نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری حضور پیدا نمی‌کنند.

این هنرمندان کردستانی در این نوشته خود ضمن انتقاد از توجه بیش از حد به این جابجایی‌های مدیریتی، آورده است: یک هنرمند سال‌ها برای برگزاری یک نمایشگاه تلاش می‌کند و زحمت می‌کشد ولی معمولاً آنگونه که شایسته است از عرضه آثار وی حمایت نمی‌شود.

با تمام این تفاسیر باز هم به نظر می‌رسد اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی کردستان و جامعه فرهنگ و هنر استان نمی‌توانند روی ثبات مدیریتی در این حوزه را ببینند، چرا که باز هم مدیریت این اداره کل به فردی دیگر به عنوان سرپرست سپرده شده است.

سیدعباس صالحی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در تاریخ ۲۶ دی ماه سال جاری با صدور حکمی «عبید رستمی» را به عنوان سرپرست فرهنگ و ارشاد اسلامی کردستان منصوب و جانشین «جلال قلعه شاخانی» کرد که چندی پیش از مدیرکلی فرهنگ و ارشاد اسلامی کردستان کنار گذاشته شده بود.

هر چند که این روزها تعدادی افراد انگشت شمار در شبکه‌های اجتماعی بسیج شده و دوران طلایی مدیریت جلال قلعه شاخانی را یادآوری کرده و نبود وی را نقصانی جبران ناپذیر برای عرصه فرهنگ و هنر این دیار می‌دانند، ولی ذکر این نکته هم ضروری است که بسیج کل ظرفیت‌های دولتی و حتی نیروی انسانی برای حمایت از وی در هیچ دوره و شاید هیچ سازمان دیگری در استان کردستان سابقه نداشته است.

حال باید منتظر ماند و دید حوزه فرهنگ و هنر کردستان با این همه تغییرات مدیریتی به کدام سمت خواهد رفت و چه زمانی هنرمندان این سرزمین رنگ آرامش و ثبات در مدیریت را به خود خواهند دید.

خدادی در دیدار با روزنامه‌نگاران سوری؛

جنگ رسانه‌ای یک نبرد بیست‌وچهار ساعته تمام عیار است

معاون مطبوعاتی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در گفتگو با روزنامه‌نگاران سوری گفت: یک توپخانه جنگی طی ۲۴ ساعت عموماً بصورت محدود شلیک می‌کند اما جنگ رسانه‌ای دارای روندی مداوم و ۲۴ ساعته است.

نشست دیدار و گفتگوی هیئت رسانه‌ای سوریه متشکل از خبرنگاران و روزنامه‌نگاران فعال این کشور به سرپرستی رائده واقف روزنامه‌نگار و عضو دفتر اجرایی اتحادیه روزنامه‌نگاران سوریه با محمد خدادی معاون مطبوعاتی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در ساختمان معاونت مطبوعاتی برگزار شد.

خدادی در این‌نشست گفت: امریکا و اسرائیل شهید سلیمانی را تروریست معرفی کردند و به شهادت رساندند. اما مردم سراسر جهان با واکنش میلیونی و خودجوش و غیر قابل پیش‌بینی پاسخ شگفت انگیزی به امریکایی‌ها داده و اثبات کردند قدرت نظامی و انحصار و سلطه رسانه‌ای نمی‌تواند باور مردم به حقانیت و مظلومیت شهید سلیمانی را تغییر دهد. وی تاکید کرد: مردم در سراسر جهان نشان دادند که نمی‌توان با قدرت نظامی و شارلاتانیزم رسانه‌ای، جای حامیان داعش و تروریسم دولتی را با فرمانده بین المللی مبارزه با داعش و تروریسم عوض کرد.

وی با اشاره به اینکه امروز جنگ اصلی ما نبرد با جهل و سلطه است، گفت: سپهبد شهید قاسم سلیمانی در نبرد با جبهه جهل و زور و تزویر و سلطه برای دفاع از انسانیت و انسان به فیض شهادت نائل شد. حاج قاسم سمبل یک مسلمان انقلابی و ایرانی واقعی است؛ او دارای روح ایرانی، شجاعت ایرانی، فهم ایرانی و اعتقاد ایرانی بود؛ همه مردم ایران، سوریه، عراق، یمن لبنان و دیگر کشورهای منطقه را اعضای یک خانواده می‌دانست و برای امنیت آنها، جان خود را فدا کرد.معاون مطبوعاتی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، خطاب به روزنامه‌نگاران سوری گفت: وظیفه رسانه‌ها در کشورهای منطقه تبیین مکتب و سیره سپهبد شهید قاسم سلیمانی در دفاع از مظلوم در برابر ظالم و در یک کلام دفاع از انسان و حقوق انسان‌ها تا سرحد شهادت است. شمار زیادی از جوانان ما در کشور شما همراه با مردم شما و در راه اعتقادشان به شهادت رسیدند و بنابراین همه ما با همدیگر برادریم و هیچ چیزی نمی‌تواند عامل جدایی ما باشد چون برادری‌مان ریشه اعتقادی دارد و جبهه مشترک ما، مقاومت و مبارزه با نظام سلطه است. هم‌اکنون در شرایط حساسی در منطقه به‌سر می‌بریم و قدرت‌های استعماری حیات ما را نشانه رفته‌اند. اگر روزی مسئله رقابت و تقابل در کار بود امروز بنای نابودی ما را در سر می‌پرورانند چراکه پس از سال‌ها مقابله نهایتاً به این نتیجه رسیدند که دیگر توان مقابله و استفاده از قدرت منطق برای رقابت را ندارند. خدادی عملیات رسانه‌ای را مقدم بر عملیات نظامی دانست و گفت: جنگ رسانه‌ای نه زمان شروع مشخصی دارد و نه دارای پایان روشنی است. سلطه‌گران غربی در جنگ رسانه‌ای تخصص بالایی دارند؛ آن‌ها وقتی به این نتیجه رسیدند که از طریق جنگ فیزیکی و درگیری نظامی نمی‌توانند همه مردم را قربانی زیاده‌خواهی‌های خود کنند، با تقویت زیرساخت‌های لازم و راه‌اندازی جنگ رسانه‌ای، تخریب ذهنی و ایجاد ناامیدی در اذهان ملت‌ها را دنبال کردند. یک توپخانه جنگی طی ۲۴ ساعت عموماً بصورت محدود شلیک می‌کند اما جنگ رسانه‌ای دارای روندی مداوم و ۲۴ ساعته است؛ توانایی غرب در تولید محتوا بسیار بالا است و این محتوا را در قالب‌های متنوعی ارائه می‌دهد. فضای رسانه‌ای آن‌ها در مقایسه با ما تبیینی است و در هماهنگی با یکدیگر به‌دنبال اقناع مخاطب برای تسلیم شدن بی چون و چرا در برابر نظام سلطه هستند. وی شناخت مخاطب را مهم‌تر از تولید محتوا در فعالیت‌های رسانه‌ای دانست و گفت: جریان رسانه‌ای امروز نیازمند حرکت‌های فردی است؛ شبکه‌های اجتماعی جای رسانه‌های دیگر را پر نکرده‌اند بلکه فضای جدید رسانه‌ای را ایجاد کرده‌اند و نیاز است ما در این فضای جدید به جای انتشار اخبار (News)، دیدگاه‌ها (views) را منتشر کنیم. و طبیعتاً هرچه اطلاعات ارائه شده، دقیق و جزئی همراه با آمار و اعداد باشد، امکان مقایسه را برای مخاطب فراهم می‌کند و هرچه امکان مقایسه بیشتر شود امکان قضاوت برای آن‌ها بیشتر فراهم می‌شود.

اخبار

بابایی مطرح کرد؛

فروشندگان اسباب‌بازی از امکان حضور در اتحادیه‌ها استفاده کنند

رئیس گروه صدور و نظارت بر مجوزهای وزارت صنعت گفت: بهتر است فروشندگان و واردکنندگان اسباب‌بازی برای رسیدن به اهدافشان، از حضور در اتحادیه‌های رسته اسباب‌بازی کشور استفاده کنند.

احمدعلی بابایی مشاور دبیر هیأت عالی نظارت و رئیس گروه صدور و نظارت بر مجوزهای وزارت صنعت، معدن و تجارت در گفتگو با خبرگزاری مهر گفت: فروشندگان و واردکنندگان باید با قدرت بیشتری کنار دپارتمان اسباب بازی اتحادیه صنف خرازی تهران قرار بگیرند. این انسجام و در کنار یکدیگر قرار گرفتن برای تحقق خواسته‌های آنها ضروری است.

وی افزود: اتحادیه صنف خرازی فروشان با توجه به قدرت علمی و حقوقی که دارد، می‌تواند به‌عنوان لیدر صنف اسباب‌بازی، کل موضوع اسباب بازی را مدیریت کند. پیشنهاد من این است که طی یک جلسه هم‌اندیشی، دپارتمان اسباب‌بازی از کل اتحادیه‌هایی رسته اسباب‌بازی کشور دعوت کند و آنها را در جریان مطالعات و کار پژوهشی خود قرار دهد.

این‌مشاور وزارت صنعت در ادامه گفت: بهتر است فروشندگان و واردکنندگان اسباب‌بازی برای رسیدن به اهدافشان، از حضور اتحادیه‌های رسته اسباب‌بازی کشور استفاده کنند زیرا درخواست‌هایی که اعضای صنف اسباب‌بازی دارند، مطالبات کل رسته اسباب‌بازی است، حقوقی حقه که تاکنون مهجور مانده است. ما هم برای تحقق حقوق قانونی به آنها کمک خواهیم کرد و اگر خواست‌های آنها به اطلاع تمام تشکل‌های صنفی این رسته برسد، مسلماً بخش اعظمی از آن محقق خواهد شد.

بابایی در پایان با اشاره به عدم حضور اعضای هیئت رئیسه کل اتحادیه‌های ایران در نشستی که دپارتمان اسباب بازی صنف خرازی‌فروشان برگزار کرده بود، گفت: دپارتمان اسباب‌بازی این قدرت را دارد که میزبان کل اتحادیه‌های رسته اسباب‌بازی شود. من این قدرت علمی و همراهی را از نزدیک مشاهده کردم.

این‌هفته در انجمن ناشران کتاب کودک؛

سومین همایش چالش‌های کتاب کودک و نوجوان برگزار می‌شود

سومین همایش بحران و برون‌رفت؛ چالش‌های امروز کتاب کودک و نوجوان روز سه‌شنبه این‌هفته در انجمن فرهنگی ناشران کتاب کودک و نوجوان برگزار می‌شود.

سومین همایش بحران و برون‌رفت؛ چالش‌های امروز کتاب کودک و نوجوان روز سه‌شنبه اول بهمن در انجمن فرهنگی ناشران کتاب کودک و نوجوان برگزار می‌شود.

در بخش اول این همایش، علی رمضانی مدیرکل امور فرهنگی هنری، اردوها و فضاهای پرورشی سخنرانی می‌کند. پنل اول همایش هم به ترویج کتاب و کتابخوانی اختصاص دارد و در آن محسن حاجی زین‌العابدینی رئیس انجمن مروجان کتابخوانی و احمدرضا آذربایجانی عضو کارگروه ترویج مطالعه مفید سخنرانی می‌کنند.

پنل دوم همایش مذکور به ابعاد ترجمه اختصاص دارد و در آن شیدا رنجبر عضو هیئت مدیره انجمن نویسندگان کودک و نوجوان و مجید عمیق مترجم و نویسنده به سخنرانی می‌پردازند.

این همایش روز سه‌شنبه اول بهمن از ساعت ۹ تا ۱۲ در محل انجمن فرهنگی ناشران کتاب کودک و نوجوان واقع در بلوار کریم‌خان‌زند، ابتدای خیابان حافظ جنوبی، کوچه هورچهر، پلاک ۱۳ واحد ۲ برگزار می‌شود.

نگاهی به گردشگری یکی از کشورهای همسایه؛

ازبکستان بیش از ٦ میلیون گردشگر دارد

طبق آمارها و گزارشات منتشرشده، بیش از ۶ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر در سال ۲۰۱۹ و حدود ۵ میلیون نفر در سال ۲۰۱۸ به ازبکستان سفر کرده‌اند.

به گزارش خبرنگار مهر، به‌تازگی مراسمی با عنوان کارایی اصلاحات در حوزه اجتماعی و اقتصادی در سال ۲۰۱۹ و چشم انداز آن در سال ۲۰۲۰، با حضور رئیس کمیته دولتی توسعه گردشگری در مرکز تجاری «پایتخت» شهر تاشکند برگزار شد.

در این مراسم آمار تفصیلی حوزه گردشگری و همچنین اطلاعات درباره فعالیت‌های انجام شده در راه توسعه حوزه توریستی و بخش‌های خاص جهانگردی، توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل، همکاری با نمایندگی‌های خارجی جهت جذب سرمایه گذاری، توسعه زیرساخت‌های جهانگردی در مناطق مختلف کشور و همکاری با کارآفرینان در سال ۲۰۱۹ ارائه شد.طبق آمار منتشر شده، در سال ۲۰۱۹ بیش از ۶.۷۴۸.۵۰۰ نفر و در سال ۲۰۱۸ حدود ۵.۳۴۶.۲۰۰ نفر به ازبکستان سفر کرده‌اند. بیشتر توریست‌ها به‌ترتیب از قزاقستان، تاجیکستان، قرقیزستان، ترکمنستان، روسیه، ترکیه، افغانستان، چین، کره جنوبی و کشور هند بوده‌اند. ۸۱.۸ درصد از کل گردشگران برای دیدار و زیارت اقوام و دوستان و ۱۵.۵ درصد با هدف تفریح به این کشور رفته‌اند. در زمینه همکاری در صنعت گردشگری در سال ۲۰۱۹، بیش از ۱۶۰ نماینده و ۳۰رسانه از کشورهای آمریکا، ژاپن، آلمان، ایتالیا، چین، اندونزی، روسیه و غیره برای ارتقای ظرفیت‌های جهانگردی ازبکستان به این کشور سفر کرده‌اند. در کنار روش‌های کلاسیک برای ترویج صنعت گردشگری ازبکستان برنامه‌های مدرن و جدید در تبلیغات نیز مورد بهره برداری قرار گرفته است. از آن جمله برپایی مراسم معرفی ظرفیت‌های گردشگری ازبکستان از تاریخ ۲۶ تا ۳۰ آذر در میدان شیبویا توکیو (ژاپن) ۱۳۹۸ و یک ویدئو درباره امکانات جهانگردی در ازبکستان نمایش داده شد.