

منبع: خبرگزاری دانشجو

#هشتک_سیاسی

علی علیزاده Aliz
@Jeddaal

قیمت دلار یکسال گذشته ۴۴٪ ولی حقوق پایه کارگران (یعنی اکثریت مردم کشور) فقط ۲۰٪ افزایش یافته. یعنی درآمد خانواده کارگری که فرودین ۹۶ ماهی ۲۵۰ دلار بود در فرودین ۹۷ ماهی ۲۰۶ دلار شده. آقای حسن روحانی تیم اقتصادی دولت شما ماهی ۴۴ دلار از سفره خانواده فقیر ایرانی دزدیده. پولها کجاست؟

امیرحسین تابتی
@sabeti_twt

قیمت #دلار 5700 تومان شد، منتظر سخنان جدید #روحانی درباره اسلام رحمانی، حجاب اجباری، بهشت بردن مردم، حرکت جوهری از منظر ملاصدرا، فلسفه تاریخ از نگاه ابن خلدون و سایر موضوعات مرتبط با جایگاه و تخصص! رییس جمهور باشید!

محمود قانعی
ghaedi1373@

اینکه #دلار یکروزه پرواز میکند نشان میدهد یا #برجام کار نمیکند یا #مدیران! #دلار۵۷۰۰

صعود دلار، سقوط برجام مرگ تدریجی یک رؤیا



محمدحسین آزادی
کارشناسی ارشد علوم ارتباطات

دولت تدبیر و امید آنچنان رونق اقتصادی ایجاد کند و آنچنان درآمد سرشار در اختیار مردم قرار دهد که خودشان به این ۴۵ هزار تومان نیاز نداشته باشند! (حسن روحانی، گفت و گوی ویژه خبری، انتخابات ۹۲).

مگر می توان در یک شعار در یک برنامه تلویزیونی اعلام کرد نرخ دلار باید به ۷۰۰ تومان تقلیل پیدا کند و چند ماه بعد نرخ دلار چند برابر شود، مشکل کجاست؟ مشکل عدم مشورت، مشکل خودشیفتگی، مشکل عدم استفاده از ابزار علمی برای اداره کشور، مشکل بی ثباتی هاست. (حسن روحانی، رو در رو با مردم شبکه یک، انتخابات ۹۲)

ما ملت عزیز، مشکلات بزرگی حل کردیم ثبات به اقتصاد ایران برگردانیم مگر یادتان میرفت لحظه ای نرخ ارز عوض میشد، لحظه ای قیمت کالا عوض میشد، اصلا مگر سرمایه گذار می توانست برای تولید و سرمایه گذاری فکر کند! (سحاق جهانگیری، شبکه یک، مناظرات انتخاباتی ۹۶)

اینک و پس از گذشت ۵ سال از ریاست جمهوری

روحانی یک رکورد تاریخی در بازار ارز ایران به وقوع پیوست: هر دلار ۶ هزار تومان (البته تا لحظه نگارش این یادداشت!) عددی که واحد پول ایران را به بی ارزش ترین واحد پولی دنیا تبدیل کرده است! حتی کم ارزش تر از واحد پول کشور بحران زده ای چون «ونزوئلا» که حامیان روحانی در زمان انتخابات، پیروزی رقبا را برابر با «ونزوئلای شدن ایران» تحلیل میکردند.

مدیریت دولت کنونی در زمینه رکود اقتصادی و بی ثباتی در بازارهای مختلف در سال های اخیر به اثبات رسیده و کنترل صوری تورم تک رقیمی نیز تنها نمایشی بود که هیچ گونه واقعیتهای در جیب و زندگی روزمره مردم نداشت و به یکباره این مدیریت خود را به صورت آشکار و واقعی در بازار ارز به اثبات رسانیده تا ثابت شود ناتوان ترین دولت در کنترل بازار ارز، دولت تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

تدبیر و امید است.

چه شد که این شد؟!

و هشتک میزنند:

هنسورچرامی(امریکا).یهویی!

مردم ایران امروزه به قدری در پی اشتغال دکترهای ارتودنسی و جامعه پزشکی هستند که سرشان را از گوشی خارج نمیکنند که گردن درد بگیرند و ورزش نمیکنند تا بیمار شوند، تا بتوانند از بیماری پزشکی جلوگیری به عمل آورند.

در حمایت از فقراسمینارهایی را به صرف شام و شیرینی در لوکس ترین هتل های کشور برگزار میکنند تا بتوانند گرسنگان را سیر کنند.

از بی قانونی در رانندگی به ستوه آمده اند پس برجسی با عنوان بین خطوط برانیم پشت اوتومبیل های خود میچسباند و با رانندگی نکردن در پی خطوط با الگو از مثال ادب از آموختن، در بی آموزش بین خطوط رانی به پشت سری هایشان هستند.

ایرانی های نوین تغذیه را امری بسیار مهم و جدی می دانند آنها برای این که همه به امر تغذیه توجهی بیش از پیش داشته باشند قبل از خوردن غذا عکس هایی از آن تهیه میکنند و آن

عینکشان نه بزرگ کردن کتابخانه هایشان! سنت های ایرانی فراموش شده و جای خود را به آیین های آن ور آبی داده اند، امروزه ایرانی ها با فرمان مهم نیست چه سنتی هستی و متعلق به کجایی، من تو را پیدا میکنم و انجام میدهم در برگزاری سنت های مختلف سراسر جهان پیش میروند از ولنتاین و هالوین بگیر تا آیین غذا خوردن خوردن در گینه دور، همه را بهتر و با کیفیت تر از خودشان انجام میدهند.

از بیماری کارگر ایرانی می نالند اما حاضر به استفاده از برخی اجناس با کیفیت ایرانی نیستند و معتقدند که اگر مارک نباشد دیگر با کلاس نیستند!

امروز همه مردم ما خبرنگارانی شده اند موبایل به دست که پشت فرمان از عدم رعایت قانون توسط اوتومبیل جلویی فیلم میگیرند و در همان حال رانندگی با جهانپان به اشتراک میگذارند به کار خود فخر می ورزند.

امروزه شاهد مردمانی هستیم که پرچم آمریکا را لگد میکنند و ایل به دست از خودشان و عملشان عکس میگیرند و به اشتراک می گذارند

:امیر شهسواری:

کارشناسی کارگردانی تلویزیون



این پرسشی است که ما پیوسته باید از خودمان بپرسیم و به دنبال پاسخی برای آن بگردیم. جامعه امروز ایران، به جامعه ای عجیب و شگفت آور بدل گشته، جامعه ای متشکل از مردمی که گویا هویت خود را از یاد برده اند!

مردمی که از همه جوانب دچار دگرگونی شده اند، دگرگونی هایی نیک و ناپسند. شوربختانه ناپسندهای این دگرگونی ها بر پسند هایش چیره تر است، این دگرگونی های ناپسند زمانی بيمناک تر میشوند که پای خود را در میدان فرهنگی کشور می گذارند، جایی که رشد آن به یقین سبب رشد ملت و کشور میشود. حال این فرهنگ که رشد آن سببی برای رشد و ترقی ایران است، درگیر دگرگونی های ناخواسته، و گاه تحمیل شده و بدون فکر شده است، دگرگونی هایی که در دراز مدت پیشرفت را از کشور میگیرند.

امروزه در ایران شاهد هستیم که برای خرید جدیدترین مدل فلان برند تلفن همراه صفوف چند ده متری تشکیل میدهند ولی کتاب

نمیخرند و نمیخوانند تا درختی قطع نشود! کافه ها همچون زامبی هایی شهر را فراگرفته اند و با شاعر هر ایرانی یک کافه باز هم در حال گسترش اند، کافه هایی که بیشترشان نبرده از روشنفکرانهایی

که همه تلاششان معطوف گشته به از بین بردن زوایای

طرح ولایت دوره ای اندیشه ای برای گذر از اسلام شناسانه ای

یکی از راهکارهای اصلی مقابله با توطئهها، توسعه و گسترش معرفت و بصیرت دینی، بر پایه قرآن و مکتب اهل بیت (علیهم السلام) برای تقویت قدرت تحلیل منطقی و مستدل در بین قشر جوان، به ویژه دانشجویان است که در همین زمینه، دوره آموزش مبانی اندیشه اسلامی (طرح ولایت) در نظر گرفته شد.

از اهداف دوره های طرح ولایت، معرفی و ترویج فرهنگ ناب اسلامی، معارف قرآن کریم و اهل بیت (علیهم السلام)، آشنایی اقشار مختلف جامعه به ویژه افراد محصل، با مبانی اندیشه اسلامی و مباحث مرتبط، می باشد. از دیگر اهداف این دوره ها میتوان به موارد زیر اشاره کرد: ۱- ارائه نظام صحیح تفکر و دست یابی به معرفت دینی در چارچوب نیازهای روز اجتماعی؛

۲- تعمیق، تحکیم و آشنایی بیشتر با مبانی اندیشه اسلامی و مباحث مرتبط با آن از طریق فضای مجازی؛

۳- تأثیرگذاری فرهنگی و عقیدتی در مراکز علمی، فرهنگی و انجمن عمومی جامعه؛

۴- نقد اندیشه های باطل، انحرافی و مورد تعارض با مبانی اندیشه اسلامی با ارائه راهکارهای مورد نیاز و کارآمد؛

۵- تربیت نیروهای متخصص انقلاب اسلامی با بهره گیری از روش های نوین و در قالب مبانی اندیشه اسلامی طرح ولایت؛

۶- گسترش اعتقاد نظری و التزام عملی به ولایت فقیه براساس مبانی اندیشه اسلامی؛

در واقع طرح ولایت دوره ای است که توانست یقینا به بخش زیادی از اهداف خود دست پیدا کند و آن را موفق ترین و در این حال با دوام ترین دوره مطالعاتی و فکری تشکلهای دانشجویی کشور دانست.

اساس مباحث نظری این دوره هستی شناسی، انسان شناسی، معرفت شناسی، فلسفه اخلاق، فلسفه حقوق و فلسفه سیاست است که هر یک به یک بخش و وجوه نظام سیاسی اسلام می پردازد و در صدد است که با تبیین این گزاره ها دانشجویان را با نظام کلی و اندیشه ای جمهوری اسلامی آگاه سازد. به بیان دیگر در دوره طرح ولایت علاوه بر فراگیری اندیشه های سیاسی اسلام به بسیاری از سوالات و شبهات سیاسی و عقیدتی نیز پرداخته می شود و به بسیاری از آنها جواب داده می شود.

جهت ثبت نام به www.hodat.ir

مراجعه فرمایید.

آخرین مهلت ثبت نام: ۳۰ فروردین ماه



هدف از **تجاه فرهنگی** دشمن بی اعتقاد کردن **نسل نو** به دین و اصول انقلابی می باشد.



سطحی نگری هدف رسانه های اجتماعی

میشود افراد در برابر تهاجمات فرهنگی بیگانه گان، به زودی از پا درآیند و گرفتار «از خودبیگانگی فرهنگی» شوند؛ زیرا نمی توانند به ارزش آنچه خود در اختیار دارند، پی ببرند.

متزلزل شدن ارزش ها در اثر نبودن فضایی مناسب برای ظهور عقاید، زمینه برخورد بین فرهنگ ها و تمدن ها را پدیدار می آورد که بیشترین تأثیر را بر ارزش های دینی و اخلاقی دارد؛ به طوری که در این عرصه، کشورهای جهان سوم به دلیل عدم تجهیز به امکانات مناسب، دچار تهاجم فرهنگی شده و داشته های خود را مانند سبک زندگی اسلامی، از دست خواهند داد.

سیطره یک فرهنگ، مسئله پالورالیزم فرهنگی را از بین ببرد و یک فرهنگ را با مؤلفه هایی که از روابط جدید اجتماعی و سیاسی بهره می برد، بر همه افکار، فرهنگ ها و تمدن ها حاکم سازند. سطحی نگری در عرصه رسانه ها، متون و تصاویر، به دنیای بیرونی فراتر از دال ها اشاره ندارد. ایماژ، سطوح، ظاهر و حضور همه جایی در تفکر دوران اخیر است و ظاهر و نمود به باطن و جوهر تبدیل می شود. ازاین رو، در رسانه های نوین به محتوای دینی بهایی داده نشده و بر ظاهر دین تأکید می شود. در نتیجه، به ابعاد درونی دین که به ترویج سبک زندگی اسلامی منجر می شود، اشاره نشده و به سطوح و ظواهر دین و تربیت دینی بسنده می کنند که سبب

اسلامی، تحت فشار سکولاریزم و نسبیت گرایی واقع می شود که این پیامدها، اصول و ارزش های مطلق دینی را در شکل دهی سبک زندگی مطلوب تهدید می کنند.

در اثر تأثیر رسانه ها و فضای مجازی، زندگی، بیش از پیش تابع تمایل مصرف گرایی شده است. مصرف گرایی و مذهبپرستی که توسط تجارت آزاد و جهانی شدن غربی افزایش یافته، تمایل به ایمان معنوی و رشد فرهنگی بر مبنای آموزه های اسلام را عمیقاً تضعیف کرده است که این امر، بسیاری از مؤلفه های سبک زندگی اسلامی را به چالش کشیده و آن را تهدید میکند. رسانه ها و فضای مجازی در صدد هستند تا با



:نواضیه صدیقی:

کارشناسی ارشد مهندسی برق



از جمله پیامدهای منفی رسانه های مجازی، تحت فشار قرار گرفتن دین و اعتقادات مذهبی، به ویژه در رفتار و سبک زندگی بر اساس آموزه های اسلامی است. در رسانه ها، سبک زندگی

هم رنگ غرب بشویم یا نشویم؟

:فاطمه مر دانه:

کارشناسی ارشد تهیه کنندگی رادیو



فقط آمریکایی زندگی کنید. اما آیا این به نظر شما شنیدنی است؟ شاید شما هم با من هم عقیده باشید که شنیدنی نیست چرا که باید همه اعتقادات خود را زیر پا بگذارید. از آنجا که جامعه ایرانی اسلامی یک جامعه دین دار و خدا محور است در آن پایبندی به دین و سنت تا حدود زیادی یافت می شود و شاخصه هایی مانند صفا، سادگی، صمیمیت، مهرورزی، ساده زیستی، قناعت، آرامش روحی، معنویت گرایی، آرمناخواهی و سلحشوری از ویژگیهای سبک زندگی اسلامی است و در بین مردم محبوبیت دارد. این در حالی است که زمانی عده ای به جریان روشنفکری غیر دینی شهرت یافتند همچون میرزا ملکم خان، میرزا آقاخان کرمانی و آخوندزاده که با نام پیشرفت و توسعه و نفی عقب ماندگی تاریخی به دنبال القای اندیشه های غربی و تجدد حاصل از رشد و گسترش بیش تر غربی بودند و با وجود اینکه تاریخ و سنت ایرانی به ویژه بعد از انقلاب اسلامی نگاهی معترض نسبت به غرب داشت ولی هنوز این چالش ادامه دارد و جامعه ایران علیرغم مقاومت های آگاهانه مردم دین مدار و تأکید بر ارزشهای اسلامی متأسفانه در عمل با بسیاری از سنن خویش، امور هویتی و اشکال و قالب های

سبک زندگی دینی لاش وداع کرده و عرصه را برای غرب زدگی فراهم نموده، یکی از این موارد که تحت تأثیر فرهنگ غرب قرار گرفته، پوشش زنان در جامعه و در عرصه رسانه است. ملیتی غربی با خود به درستی می دانند که آموزه های توحیدی اسلامی اگر به درستی عمل شود جایی برای سبک زندگی آمریکایی و جولان آنها نمی گذارد بنابراین در رسانه های غربی برای سود بیشتر، جذب مخاطب بیشتر و در نهایت القای فرهنگ خود، زن را به عنوان کالایی دست مایه ای تجارت و اهداف خود قرار می دهند و نامش را آزادی زن و تجدد می گذارند.

فرهنگ هر کشوری سند شناسنامه ای هویتی ملت آن کشور است. پس چه می شود که بعضی



از ماها در پی تجدد خواهی کورکورانه، کشور خود را با آن قدمت فرهنگی و تاریخی که زن را چون گوهری برای در امان ماندن در کجوله تاریخ می داد عقب مانده تصور می کنیم و تحت تأثیر غرب قرار میگیریم و چرا ناچارانه شاهد آرایش و پوشش های نامناسب در فیلم ها از سوی زنان هستیم. از آنجا که فیلم ها قابل مطرح ترین و مورد پذیرش ترین برنامه ها در بین مخاطبین است می تواند تأثیرمخرب یا سازنده بر فرهنگ و نوع پوشش داشته باشد. آیا این علامت سوال بزرگی نیست که چرا باید برای جذب مخاطب و سود بیشتر، زن را چون کالای تجاری با پوشش نامناسب در معرض نمایش قرار داد و قدمت فرهنگ خود را زیر پا گذاشت؟

مخاطب میخیریم به هر قیمتی!



رضا کارگر:

کارشناسی ارشد مدیریت رسانه

«جذب مخاطب» واژه ای که به

دغدغه اصلی مدیران صداوسیما مبدل گشته است و در جواب تمامی نقدها به برخی برنامه ها می توان آن را شنید. درست است که مخاطب مهمترین رکن یک رسانه است و باید همت رسانه بر نگهداشت مخاطب فعلی و افزایش مخاطب جدید باشد اما جذب مخاطب در رسانه ملی به عنوان

یکه رسانه جمهوری اسلامی بایسته هایی دارد که مدیران، نباید از آن غافل شوند. اول اینکه نباید با توجه جذب مخاطب، برنامه های سرگرم کننده صرف ساخته شود. هدف، سرگرم کردن مردم نیست و در هیچ کجای دنیا صرفا برای سرگرمی برنامه نمی سازند و پشت سرگرمی حتما سیاستی نهفته است.

دوم اینکه رسانه ملی باید از شیوه های مخرب برای جذب مخاطب پرهیز کند. استفاده از انواع موسیقی ها و برخی جاذبه های جنسی و شوخی های رکبک نباید وسیله ای برای جذب بیشتر مخاطب در ساخت برنامه ها قرار گیرد.

سوم اینکه مدیران رسانه ملی باید تعریف درستی از مخاطب خود داشته باشند و طبق آن به جذب مخاطب بپردازند. قرار نیست هرکس که در ایران زندگی می کند مخاطب صدا و سیما باشد البته که اگر بتوان چنین کاری کرد بسیار عالی است. مدیران رسانه ملی باید توجه داشته باشند که برخی افراد اگر تلویزیون را نبینند و آن را ببینند اهمیت ندارد. جذب افرادی که با اسلام و تفکر اسلامی میانه ای ندارند برای مدیران صدا و سیما نباید مهم باشد. طوری نشود که به خاطر جذب چنین افرادی رسانه ملی از اهداف اصلی خود باز بماند.

چهارم اینکه به هیچ وجه نباید برای خوشامد دیگران برنامه ساخت. مدیران رسانه ملی نباید طوری به ساخت برنامه ها نگاه کنند که ببینند به فلان تیپ روشنفکری بر می خورد یا نمی خورد و اگر بر بخورد ممکن است برخی طرفداران آن ها از سبد مخاطبشان بیرون بروند. آنها باید به خوبی بدانند که امکاناتشان محدود است و این امکانات محدود اگر قرار باشد صرف تفکرات مختلف شود، دیگر مجالی برای ساخت برنامه هایی که مأموریت اصلی رسانه ملی است نمی ماند.

پنجم اینکه صدا و سیما به عنوان تنها رسانه ای که نماینده رسمی نظام جمهوری اسلامی است در تقابل با انواع و اقسام رسانه ها قرار گرفته است. در این تقابل مدیران می توانند نقشی تعیین کننده داشته باشند. انتخاب مدیران می تواند تقابل در جذب مخاطب یا تقابل محتوایی باشد. مدیران رسانه ملی قطعا باید تقابل محتوایی را انتخاب کنند. چرا که در مواقع اهم و مهم باید یکی را فدای دیگری کرد و در این میان نباید محتوا و کیفیت فدای جذب مخاطب شود. همچنین مقایسه صدا و سیما با رسانه های دیگر به لحاظ جذب مخاطب امری اشتباه است. دلایل مختلفی برای این مدعا وجود دارد. یک دلیل این است که دست رسانه های رقیب در استفاده از انواع شیوه ها از موسیقی گرفته تا جاذبه های جنسی باز است اما رسانه ملی نباید از این شیوه ها استفاده کند. آن چیزی که می تواند مورد مقایسه قرار گیرد تولید محتوای با کیفیت است. به همین دلیل تنها راه مدیران رسانه ملی در این رقابت سخت و دشوار تقابل محتوایی با رقیبان است. که در دراز مدت این تقابل به جذب بیشتر مخاطب منجر می شود.

به زعم نگارنده هر مدیری که در صدا و سیما جمهوری اسلامی منصوب می شود باید نسبت به مخاطب و جذب آن تصویری صحیح داشته باشد.

جوابیه مدیریت امور دانشجویی به گزارش نبض صداوسیما از وضعیت رفاهی دانشجویان نوبت دوم

آنچه در سال تحصیلی ۹۷-۹۶ در دانشگاه صدا و سیما اجرامی شود نشان میدهد قیمت غذا در دانشگاه صدا و سیما در چارچوب مصوب وزارت علوم اجرا می شود.

ج: نرخ خوابگاههای دانشگاه:

شرایط استفاده از خوابگاه در دانشگاه به شرح زیر است:

۱. دانشجویان روزانه: دانشگاههای تابعه وزارت علوم از دانشجویان روزانه در هر ترم مالی را بابت هزینه خوابگاه از دانشجویان روزانه دریافت می کنند در حالی که در دانشگاه صداوسیما علاوه بر اینکه از دانشجویان روزانه بابت هزینه خوابگاه مبلغی دریافت نمی شود، بلکه امکاناتی از جمله سرویس ایاب و ذهاب دانشجویی و ... نیز برای دانشجویان رایگان است

۲. دانشجویان شبانه: علیرغم اینکه دانشگاه اساسا تکلیفی در قبال اسکان دانشجویان شبانه در خوابگاه ندارد اما دانشجویان شبانه دانشگاه صداوسیما در قبال پرداخت ماهیانه ۳,۰۰۰,۰۰۰ ریال، مانند دانشجویان روزانه از امکانات خوابگاهی بهره مند می شوند این در حالی است که میانگین مبالغ دریافتی از دانشجویان در خوابگاههای خودگردان سطح شهر که بعضا شرایط مناسبی هم ندارند، ماهیانه

تخصیص دهنده بودجه ها، از این منظر و بر بر خلاف این گزارش، «گزینشی» هم در کار است. میزان اعتبار تخصیص یافته به دانشگاه نبوده و بر اساس بودجه تخصیص یافته به دانشگاه صدا و سیما (به مبلغ ۶۵,۴۵۰,۰۰۰ ریال) کل اعتبار این وام به دانشجویان متقاضی پرداخت شده است. طبیعتا مبلغ پرداختی به دانشجویان کارشناسی ارشد در این وام بیش از دانشجویان کارشناسی است و البته تفاوت ۲

هزار تومانی در وام دریافتی به یکی از دانشجویان کارشناسی ارشد نسبت به سایر دانشجویان در این مقطع به این دلیل است که تمام مبلغ تخصیص یافته مصرف شود.

ب: نرخ وعده های غذایی دانشگاه:

نرخ نامه مصوب وزارت علوم در خصوص قیمت غذای دانشجویی در سال تحصیلی ۹۷-۹۶ به شرح زیر است:

ردیف	عنوان	مبلغ مصوب
۱	نظاف و نام روزانه (دسته به قیمت نامه داده شده)	۱۲,۰۰۰ ریال
۲	دانشجویان شبانه به تحصیل در سنوات معمول	۱۲,۰۰۰ ریال
۳	دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی غیر دولتی غیر انتفاعی	۱۲,۰۰۰ ریال

همچنین نرخ نامه مصوب دانشگاه صداوسیما در خصوص قیمت غذای دانشجویی در سال تحصیلی ۹۷-۹۶ به شرح زیر است:

ردیف	عنوان	مبلغ مصوب
۱	نظاف و نام روزانه (دسته به قیمت نامه داده شده)	۱۲,۰۰۰ ریال
۲	دانشجویان شبانه به تحصیل در سنوات معمول	۱۲,۰۰۰ ریال
۳	دانشجویان شبانه	۱۲,۰۰۰ ریال

مقایسه نرخ نامه غذایی مصوب وزارت علوم با

در خصوص گزارش اخیر گاهنامه نبض درباره برخی از امکانات رفاهی در دانشگاه صدا و سیما، بنظر میرسد نکات مندرج در این گزارش که البته صادقانه هم تهیه شده و بازخوردی از دغدغه های دانشجویان بوده و حاصل مقایسه هایی است که گاهی دانشجویان عزیز بین شرایط خود و دانشجویان سایر دانشگاه ها انجام می دهند، باید به نکات ذیل توجه نمود:

الف: وام های صندوق رفاه:

بنظر می رسد اطلاعات مندرج درباره وام های دانشجویی صندوق رفاه دانشجویان وزارت علوم در این گزارش، ناشی از عدم آشنایی با ساز و کار تخصیص بودجه و نیز دستورالعمل های وام صندوق رفاه وزارت علوم و نیز عدم اشراف به موضوع است. به این منظور نکات زیر قابل بیان است:

۱. همان طور که در گزارش هم آمده است، وام های مذکور از سوی صندوق رفاه دانشجویی وزارت علوم پرداخت شده و سیاست گذاری، زمان بندی و تخصیص بودجه هر کدام از این وام ها در دانشگاههای مختلف و از جمله در دانشگاه صدا و سیما، از سوی صندوق رفاه وزارت علوم انجام میشود. در این زمینه هر دانشگاه، به عنوان «ایست» میلیون صندوق رفاه وزارت علوم و دانشجویان، مجری ضوابط آن صندوق است و نه

هر ایرانی یک سریال!



محسن علیخانی:

کارشناسی ارشد مدیریت رسانه

تعلیمات نوروزی و هر شبکه تلویزیون یک سریال! چند وقت دیگر با گسترش شبکه ها به این شعار می رسم که هر ایرانی یک سریال! سریال هایی بی محتوا که نه سرگرم کننده اند و نه بیننده دارند. چه نیازی هست که همه شبکه ها سریال

بسازند و بیننده نداشته باشند. دو سریال بسازید ولی بیننده داشته باشد. پایتخت چند سالی است که عید مردم را پر می کند البته به جز یک باری که ماه رمضان پخش شد. شخصیت هایی واقعی و دلنشین که هم باورپذیر بودند و هم شیرین. داستانهایی پرکشش و خلاقانه دور شدن از تهران و رفتن به روستایی در شمال. اهمیت به خانواده و شهر و روستا. پایتخت امتحانش را پس داده بود و نیازی نبود که موسسه اوج پشت آن قرار بگیرد که شاید در قسمت های پایانی پای آنها را به سوره باز کند. موسسه اوج می توانست به جوانان میدان دهد و سریالی بنویسد مختص مدافعان حرم، هم شیرین باشد هم واقعی و بیننده را جذب کند اما متأسفانه پایتخت در این سری دستش خالی بود؛ قصه ای بی کشش، بدون محتوا، بدون نقطه وصلهای درست و حسابی، دیالوگ های بی حساب و البته مبتذل، پله مبتذل نشان دادن یک پلان ۴-۳ ثانیه ای از نماز خواندن سارا و نیکا هم نمیتواند ابتذال های سریال را پاک کند؛

در قاب ترین باادب سال

ماهانمه نزدیک در ویژه نامه نوروزی اش، ترین های سال ۹۶ را از نگاه خویش معرفی کرد که در این بین «هر قاب ترین باادب سال» را به دکتر علی عسکری رئیس سازمان صداوسیما تقدیم نمود. این گاهنامه که به مدیریت مسئولی صادق یزدانی و سردبیری امیر ابیلی و به تازگی منتشر می شود حوزه فیلم و سریال را نقد و بررسی می کند. گاهنامه نزدیک در مطلب خود آورده است: کسانی که دکتر علی عسکری، رئیس سازمان صدا و سیما را می شناسند معتقدند که او از عتفوان جوانی به دو مسئله خیلی اهمیت می داد. یکی «ادب» و یکی هم «قاب». اصلا از قدیم معروف بود که او سرش برود قلابش نمیرود، آن قدر که به قاب اعتقاد دارد.

بنابراین وقتی که عکسی از همنشینی او با رئیس دولت اصلاحات در حسینیه جماران و در مجلس ختم آیت الله راستی کاشانی منتشر شد که نشان میداد وی کنار او شون نشسته و خم شده و

دستش را هم به نشانه احترام روی سینه گذاشته، همگان یقین داشتند که این مسئله یا به ادب ربط دارد یا به قاب؛ اما دکتر علی عسکری در پاسخ به انتقادات همه را متحیر کرد و گفت که هم به ادب ربط داشته و هم قاب! و این اولین بار در تاریخ بود که یک چیز همزمان هم به قاب ربط داشت و هم به ادب!! و گفت: «هن رفتن آنجا و ادب اقتضا میکرد که دستم را روی سینه ام بگذارم و قاب آن عکس هم جوری بود که می خواست چیزی را القا کند که واقعی نبود».

دنیا عجیبی شده است. آدم دیگر نمی تواند ادب داشته باشد. تا می آیی ادب داشته باشی یا قاب یک کارهایی می کنند که پشیمان

میشوی! خلاصه اینکه به قاب مردم دست نزدیک که به قایتان دست میزنند... از ما گفتن بود.

برای دریافت نسخه الکترونیک و تازه ترین اخبار و برنامه ها از دانشگاه صداوسیما به صفحات اجتماعی نبض پیوندید:

@IRIBnabz

نبضی شو



آدرس نبض

در پاتوق نشریات دانشجویی کشور:

Pand.Snn.ir/iribnabz/

منتظر دریافت مطالب، پیشنهادات و انتقادات شما خوانندگان عزیز هستیم.

سامانه پیامکی نبض:

۱۰۰۰۱۰۰۰۵۷۵۷۵۷

برای عضویت در هیئت تحریریه نبض نام و نام خانوادگی، رشته تحصیلی و شماره دانشجویی خودتون رو پیامک کنید

شناسنامه

گاهنامه مستقل سیاسی، فرهنگی و اجتماعی دانشجویان دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

محمدحسین آردی

سردبیر:

رضا کارگر

هیئت تحریریه این شماره:

محمدحسین آردی، رضا کارگر، فاطمه مردانه، سیده معصومه حسینی، محسن علیخانی، راضیه صدری، مصطفی یآوری نسب، امیر شهسواری، محبوبه علی آقایی

«منتظر ارسال مطالب شما عزیزان هستیم» این نشریه صرفاً متعصب کننده نظرات نویسندگان می باشد.

