

پیشنهادهایی برای اثرگذاری بیشتر مبلغان دینی در فضای مجازی

سیاست‌گذاری و طراحی اقدام‌های عملیاتی در مواجهه با مبلغان دینی فضای مجازی نیازمند آشنایی کامل با شبکه‌های اجتماعی ونسبت آن‌ها با زیست‌طلبگی است. محمد علی روزبهانی در تحلیل کیفی فعالیت مبلغان دینی در اینستاگرام نوشت: با توجه به پژوهش و تحلیل مضامین پست‌های ۸۰ نفر از مبلغان دینی فعال در رسانه

◀ **سیدمصطفی خاتمی** | سن من قد نمی‌دهد که وقایع سال‌های ابتدایی دهه ۶۰ که تا حد جنگ شهری پیش رفته بود را به یاد بیاورم اما غائله ۹ خرداد ۱۳۷۱ مشهد را کاملاً به یاد دارم. شورش‌ی که با نبود رهبری، انسجام،

هدف مشخص و احتمالاً بدون هدایت و حمایت خارجی تا مرز سقوط استاندارد ی خراسان پیش رفت. حوادث تیرماه ۷۸ را هم دیده‌ام که شاید تا آن زمان و پس از وقایع سال‌های ابتدایی انقلاب

برنامه‌ریزی و اجرای دوره‌ای بلندمدت و حداقل یک ساله برای بسیاری از ایشان ضروری است.
■ **افزایش سواد بصری**: میزان کم استفاده از تصاویر گرافیکی نشان می‌دهد مهارت مبلغان مجازی در بهره‌گیری از نرم‌افزارهای گرافیکی و سواد بصری ایشان در سطح مطلوبی نیست. دوره‌های مهارت‌افزایی در این زمینه به

گسترده‌ترین اعتراض‌ها و ناآرامی‌های سراسری در کشور بود. مهم‌ترین این جنس حوادث، فتنه ۸۸ و شورش سیاسی جمع زیادی از تهران‌نشینان در برابر رأی اکثریت مردم کشور بود. ماجرای که با

دو پیکنگ رسانه‌ای و سیاسی داخلی و خارجی چند ماه طول کشید تا سرانجام پس از عاشورای ۸۸ و با حضور مردم فروکش کرد. حوادث دی ۹۶ و آبان ۹۸ نیز با همه گستردگی‌اش گذشت.

یادداشت

در همه این تجربیات هر زمان که اعتراض تبدیل به اغتشاش و آسیب به اموال عمومی و شخصی و حمله به افراد شد، دیری نپایید که از یک سو حضور و جمعیت مردم در اعتراض‌ها کم‌کم آب رفت و از سوی دیگر نیروهای امنیتی نیز طبیعتاً نسبت به سرکوب اغتشاش‌ها اقدام کردند و در نهایت اعتراض‌ها بدون نتیجه خاصی خاتمه یافت. وقایع سال ۶۰ به پشتوانه رئیس‌جمهور معزول و همچنین یک تشکیلات سیاسی منسجم و میلیشای آن بود و دنباله آن تا سال‌ها کشیده شد. غائله مشهد ریشه اقتصادی جدی داشت. حوادث ۷۸ و ۸۸ با زمینه‌های سیاسی پررنگ بود. حوادث ۹۶ و ۹۸ نیز بر پایه خواسته‌ها و اعتراض‌های اقتصادی شکل گرفت. اما بدنه تنش‌های چند روز اخیر غیر از اقلیتی که سوار بر موج شدند (واهداف سیاسی غیر از موضوع گشت ارشاد را دنبال می‌کردند) عمدتاً شامل نوجوانان و جوانانی است که درگیر هیجان‌های ستّی و انتهای خواسته‌شان پوشش اختیاری است. بدیهی است ناآرامی‌های اخیر در پی درگذشت تلخ مهسا امینی در برابر حوادث پیش‌گفته اساساً اتفاق خاصی به حساب نمی‌آید که بخواهد نتیجه‌اش براندازی نظام باشد. با وجود همراهی اولیه بخش زیادی از افکار عمومی با انتقادها و اعتراض‌ها به گشت ارشاد (حتی بعضی دلبستگان به انقلاب اسلامی)، به محض خط‌دهی رسانه‌های بیگانه و ورود عناصر مشکوک رسانه‌ای و میدانی و تبدیل شدن اعتراضات به آشوب روشن بود که دیر یا زود این حرکت به شکست منجر خواهد شد. اما حالا و پس از پایان ناآرامی‌ها باید چند نکته را برای آینده پیش رو مدنظر داشت:

■ نگرانی نسبت به سرمایه اجتماعی

۱. گرچه این شعله به سردی گرایید، اما هزینه‌های خسارت‌بار آن را نمی‌توان نادیده گرفت. روایت نهادهای رسمی درباره دلیل مرگ خانم امینی با وجود ارائه شواهد منطقی، هنوز از سوی بخش زیادی از افکار عمومی پذیرفته نشده است. این بی‌اعتمادی و کاهش سرمایه اجتماعی حاکمیت خطرناک است. هر بار که چنین تنش‌هایی شکل می‌گیرد قطعاً به این اعتماد و سرمایه ضربات بیشتری وارد می‌شود. در نهایت شاید به دلایل مختلف رابطه بخشی از مردم با نظام شکل قبلی و قلبی خودش

را بازخواهد یافت. هشداردهنده است به جایی برسیم که برخی از مردم سخن آن پیرمرد روستایی را تکرار کنند که: «خودتان می‌دانید و مملکتتان»، چیزی که شاید بتوان از آن به عنوان طلاق عاطفی مردم و نظام یاد کرد.

■ توجه به آتش زیر خاکستر

۲. اینکه گمان کنیم ماجرا با راهپیمایی‌های سراسری خاتمه یافته و چشم فتنه کور شده است کاملاً خطاست. چه حضور مردم از باب مخالفت با اغتشاش‌ها و توهین به مقدسات باشد و چه حتی در حمایت بی‌قید و شرط از

نظام، این راهپیمایی در نهایت جلوه بیرونی اعتراض و اغتشاش را می‌پوشاند. کدورت‌های پیش آمده و سوءتفاهم‌ها همچنان باقی است و حکم آتش زیر خاکستر را دارد. ضمن آنکه دوقطبی پدید آمده شدیدتر می‌شود به ویژه آنکه با وجود ظرفیت قانونی همچنان هیچ مسیر منطقی برای تجمعات و اعتراضات نسبت به تصمیمات و فرایندهای مدیریتی کشور دیده نمی‌شود. از سوی دیگر چه بسا برخی مسئولان و شخصیت‌ها این راهپیمایی‌های ضداغتشاش را به عنوان تأیید بر گشت ارشاد و عملکرد آن مصادره کنند که خود اشتباه محاسباتی هولناکی است.

■ وظیفه رسانه: پیش‌بینی و پیشگیری

۳. در حوادث اخیر مطابق معمول شرایط بحرانی، تصمیم‌گیران دست به دامن رسانه شدند و در نتیجه در صداوسیما گفت‌وگوهایی شکل گرفت که بازخورد بسیار خوبی هم داشت اما متأسفانه تجربه نشان می‌دهد بلافاصله پس از فروکش ظاهری بحران، بسیاری از چهره‌های حاضر در این گفت‌وگوها اغلب با فشار نهادهای غیررسانه‌ای دوباره ممنوع‌التصویر و بسیاری موضوعات نیز منطقه ممنوعه تلقی می‌شوند. کاش برای یک بار از تجربه‌های پیشین بیاموزیم که پیشگیری بهتر از درمان است. رسانه پیش و بیش از آنکه بحرانی آغاز شود باید وقوع آن را پیش‌بینی و از آن جلوگیری کند. رسانه‌ای که هر روز به بهانه‌ای دچار سانسور و خودسانسوری شود بی‌خاصیت و ابتر است. بگذاریم دعواها و اعتراض‌ها در رسانه‌ها طرح شود و گرنه به کف خیابان کشیده خواهد شد. رسانه‌های رسمی ما باید جرئت کنند تا موضوعات را به گفت‌وگو و بررسی بگذارند. مطالبه رهبر انقلاب برای جهاد تبیین در صورتی محقق می‌شود که مطالبات پیشین

است: ۲/۴۴ درصد زیاد، ۴/۲۵ خیلی زیاد، ۴/۷۲ کم و ۲۱ درصد حد متوسط به این قضیه اعتقاد دارند. در پاسخ به گزاره «همه خانم‌ها باید حجاب داشته باشند حتی اگر به آن اعتقاد نداشته باشند» فراوانی پاسخ‌ها در کل کشور بدین شرح است: ۵/۶۷ کاملاً مخالف، ۷/۱۵ مخالف، ۸/۲۴ نه مخالف نه موافق، ۵/۳۴ موافق و ۶/۱۸ کاملاً موافق بوده است. توزیع مکانی بیشترین مخالفان ساکنان مراکز استان‌ها ۱/۱۹ و روستا ۲/۱۲ درصد بوده و موافقان ۲/۳۱ در مراکز استان‌ها و در روستا ۳/۳۹ بوده است. در «برخورد با ناهمنوایی اجتماعی در بحث بدحجابی خانم‌ها» ۶/۱۰ درصد معتقدند اشکالی ندارد، ۷/۶۷ مخالفم ولی کاری ندارم، ۶/۱۷ درصد گفته‌اند تذکر می‌دهند و ۲/۱۲ اعلام کرده‌اند به مراجع ذی‌صلاح اطلاع می‌دهم و ۹/۲ درصد هم گفته‌اند برخورد می‌کنم. در توزیع شهرها به «مخالفم ولی کاری ندارم» بوشهر با ۵/۷۶ و سپس خراسان رضوی با ۷/۵۵ درصد قرار دارد. گزاره آماری در بحث «به خانم‌های بدحجاب تذکر می‌دهم» کهگیلویه و بویراحمد با ۶/۳۲ در صدر قرار دارد و

سپس خراسان شمالی با ۵/۲۷ درصد و چهارمحال و بختیاری با ۴/۱۰۴، ایلام ۳/۲۴، لرستان ۸/۲۳ و قم ۱/۲۳ قرار دارند.

■ **ب- مرکز نظرسنجی دانشگاه تهران در آبان سال ۹۸**
بر اساس مرکز نظرسنجی در آبان سال ۹۸ که در دانشگاه تهران انجام شد، ۷۷درصد مردم معتقدند عدم رعایت پوشش و حجاب مناسب موجب ایجاد مشکل در خانواده‌ها و اختلاف میان همسران خواهد شد. طبق این نظرسنجی، «زنان باید در محافل عمومی پوشش و حجاب مناسبی داشته باشند؛ چراکه بسیاری از مردان نمی‌توانند نگاه خود را کنترل کنند و در نتیجه عدم رعایت حجاب توسط زنان، مشکلاتی در خانواده‌ها و در میان همسران ایجاد خواهد کرد» موافقان به این گزاره در میان آقایان ۹/۷۴ درصد بوده‌اند و در میان خانم‌ها ۸/۷۹ درصد با آن موافق بوده‌اند. در توزیع مکانی با توجه به محل سکونت ۱/۷۴ جامعه آماری در میان شهرنشین‌ها و در بین روستایی‌ها ۷/۸۵ درصد بوده است.



رونده

در قبال تهاجم فرهنگی

دیش شکستیم
حجت‌الاسلام سعید فخرزاده، پژوهشگر حوزه تاریخ انقلاب گفت: غرب می‌دانست موضوع تحریک قومیت‌ها یک موضوع فرهنگی است، نه موضوع نظامی یا فناوری. آنان در دو دهه اخیر و با آمدن ماهواره‌ها روی ذهن نفرات جامعه کار کردند و متأسفانه نوع بر خورد مادر بهترین حالت، برداشتن دیش از روی سقف خانه‌ها یا انداختن پارازیت بوده است. وقتی ما به شبهات آنان پاسخ درست عقلانی ندادیم، طبیعی است که فرد تحت تأثیر القای بیگانه قرار گیرد.

پرونده



نگاهی به آمار



بررسی مقبولیت

اجتماعی

مقوله حجاب



آگهی مناقصه عمومی

حمل شیر خام

شرکت صنایع دامپروری و لبنی رضوی

(سهامی خاص) در نظر دارد

مجری پیمانکاری حمل شیر خام تولیدی مجتمع های خود را در شهرستان های مشهد، تربت حیدریه و اسفراین از طریق برگزاری مناقصه عمومی انتخاب نماید. لذا از پیمانکاران واجد شرایط دعوت به عمل می آید، جهت دریافت فرم اعلام قیمت شرکت در مناقصه به تارنمای www.epf.ir قسمت معاملات (مناقصه و مزایده) مراجعه و فایل مربوط را دریافت و پکات تکمیل شده را از طریق پست سفارشی به صندوق پستی ۹۱۸۳۷۹۴۴۵۵ و یا به صورت حضوری به آدرس:

مشهد-خیابان دانشگاه ۳۱ (کفائی) پلاک ۴ حداکثر تا تاریخ ۱۳/۰۷/۱۴۰۱ تحویل نموده و رسید دریافت نمایند.

مدارک مورد نیاز شرکت در مناقصه:

- ۱- پاکت الف) واریز معادل پنج درصد حجم ریالی مورد معامله به شماره حساب ۳۴۲۲۲۲۳۱۱ بانک ملت شعبه آستان قدس به نام شرکت صنایع دامپروری ولبنی رضوی (جهت دریافت شناسه پرداخت با واحد مالی تماس فرمائید).
- ۲- پاکت ب) تصویر کارت ملی اشخاص حقیقی و تصویر اظهارنامه ثبت شرکت، آخرین آگهی تغییرات شرکت و مجوز بهره برداری شرکت .
- ۳- پاکت ج) اصل پیش فاکتور اعلام قیمت و مشخص نمودن شرایط بازپرداخت .
- این شرکت در رد یا قبول پیشنهادات و بررسی فنی وسایط نقلیه حمل شیر مختار می باشد.
- هزینه چاپ آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد .

جهت اطلاعات بیشتر با شماره ۱۲-۰۵۱-۳۳۹۶۰۵۱ داخلی ۲۹۶ یا ۲۹۲ تماس حاصل فرمائید .

شرکت صنایع دامپروری و لبنی رضوی (سهامی خاص)

پایگاه خبری تحلیلی

قدس آنلاین

در لحظه باشما...

شرکت صنایع دامپروری و لبنی رضوی

(سهامی خاص)

مزایده فروش دام زنده

((تاریخ مزایده مورخ ۱۶/۰۷/۱۴۰۱ ساعت ۱۲:۰۰))

این شرکت در نظر دارد دام زنده مازاد خود را از طریق برگزاری مزایده عمومی به فروش برساند لذا جهت شرکت در مزایده لطفاً حداکثر تا تاریخ ۱۶/۰۷/۱۴۰۱ ساعت ۱۰ به آدرس کیلومتر ۵ جاده سرخس مزرعه نمونه آستان قدس رضوی کارخانه لبنی واحد فروش دامپروری مراجعه و نسبت به تکمیل اسناد مزایده و واریز وجه شرکت در مزایده اقدام فرمائید. مبلغ تضمین شرکت در مزایده ۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال بصورت واریز وجه نقد بشماره حساب ۵۹۲۴۸۳ بانک کشاورزی شعبه مشهد به نام شرکت دامپروری صنعتی قدس رضوی میباشد. جهت کسب اطلاعات بیشتر با شرکت صنایع دامپروری و لبنی رضوی تماس حاصل فرمائید.

تلفن: ۱۲-۰۵۱-۳۳۹۶۰۵۱ داخلی ۲۴۹- ۲۹۸ هزینه چاپ آگهی ها به عهده برنده مزایده می باشد.

شرکت صنایع دامپروری و لبنی رضوی (سهامی خاص)