نشان «درجه یک نصر» با موافقت فرمانده کل قوا به شهید فخری‌زاده اعطا شد

نشان نصر برای فخر هسته‌ای

در «چاردیواری» بخوانید:

راهکارهایی برای رفع اختلاف زوجین

جام جم

www.jamejamdaily.ir

روزنامه فرهنگی، اجتماعی صبح ایران

۱

دوشنبه ۲۴ آذر ۱۳۹۹ | ۲۸ ربیع‌الثانی ۱۴۴۲ | ۲۰ صفحه | سال بیست‌ویکم - شماره ۵۸۲۸ | استان تهران و البرز ۲۵۰۰ تومان - دیگر استان‌ها ۱۵۰۰ تومان | Monday - December 14, 2020

گفت‌وگو با علی باقری، معاون امور بین‌الملل قوه قضاییه و دبیر ستاد حقوق بشر

پانزده ایرانی گروگان آمریکایی‌ها هستند

۲

عکس: مهدی قاسمی

قصه بوتیمار، غصه قیمت‌ها

گفت‌وگو با بازیگران و عوامل سریال «بوتیمار» که قرار است نوروز ۱۴۰۰ از شبکه ۳ سیما پخش شود

۶-۷

سرزدن به فروشگاه‌های بالا و پایین شهر می‌تواند به خوبی شکاف طبقاتی را نشان دهد

از پنیر نسیه تا قهوه برزیل

۱۳

چرا پدیده افزایش آمار افراد دارای درآمد اما بدون شغل در ایران شکل گرفته است؟

درآمدزایی از بیکاری!

براساس تعریف سازمان بین‌المللی کار به فردی شاغل گفته می‌شود که در هفته دو ساعت مشغول به انجام کار مشخصی باشد این در حالی است که در بسیاری از جوامع از جمله ایران افراد حتی با هفته‌ای بیش از ۴۰ ساعت کار نیز در تامین هزینه‌های زندگی خود با مشکلات مواجه‌اند. در سال‌های اخیر به طرز عجیبی افراد دو یا چندشغله یا افراد بدون شغل، اما دارای درآمد در اقتصاد ایران افزایش یافته است. کشوری مانند آمریکا بیشترین و ایران کمترین درصد کارکنان مزد و حقوق‌بگیر در بین جمعیت شاغلان را دارند...

۳

کاخ سفید ۱۲۶ نفر از اعضای کنگره را وادار به حمایت از پیروزی ترامپ در انتخابات کرده است

جمهوریخواهان در اسارت ترامپ

۸

ادبیات و مکتب تهران در گفت‌وگو با محمدرضا عبدالملکیان

از تهران نیما تا کوچ معلم

۱۰

دریافت خدمات در دفترخانه‌ها منوط به داشتن کارت ملی هوشمند شده است درحالی که هنوز خیلی‌ها آن را ندارند

کارت همیشه غایب

۱۸

یادداشت

ضرورت تغییر نگرش به تبلیغات بازرگانی در رسانه ملی

دکتر شهاب اسفندیاری

رئیس دانشگاه صداوسیما

«تبلیغات بازرگانی، تبلیغات بازرگانی نیست». این گزاره ساده و متناقض‌نما محور یک منشور راهبردی است که دیروز در نخستین همایش علمی رسانه ملی و تبلیغات بازرگانی ارائه شد. واقعیت این است صنعت تبلیغات بازرگانی بیش از آن‌که معطوف به فروش کالا و خدمات باشد، کارخانه فروش ایده‌ها و معناهاست. موفق‌ترین تبلیغات بازرگانی در جهان، تبلیغاتی هستند که ایده‌ها و معناهایی را به برندها و نشان‌های خود نسبت می‌دهند تا اقبال عمومی را جلب کنند. یک شرکت، برند خود را با مفاهیم نبوغ و خلاقیت عرضه می‌کند، یکی با مستقل و متفاوت بودن، یکی با شور و نشاط جوانی و دیگری با اصالت و کیفیت. به عنوان مثال، این که در تبلیغات یک شرکت بزرگ رایانه‌ای هیچ تصویری از رایانه مشاهده نمی‌شود بلکه صرفا چهره یک دانشمند یا هنرمند بزرگ به همراه نشان و شعار آن شرکت به تصویر کشیده می‌شود (مثلا شعار «متفاوت بیندیش»)، به همین دلیل است. مهم آن کالا یا رایانه نیست. مهم این است که مصرف‌کننده احساس کند اگر آن رایانه را بخرد مانند فلان دانشمند، متفاوت خواهد بود. پس صنعت تبلیغات بازرگانی میدان رقابت کالاها و خدمات نیست، در اصل میدان رقابت ایده‌ها و معناهاست.

حدود ۲۵ سال از آغاز پخش آگهی‌های بازرگانی در شبکه‌های مختلف صداوسیما پس از انقلاب اسلامی می‌گذرد. امروزه صنعت تبلیغات بازرگانی ابعاد بسیار گسترده‌ای یافته و هم به دلیل نقش در رونق تولید ملی، هم به واسطه تأمین بخشی از بودجه مورد نیاز رسانه ملی و هم به دلیل تأثیرات عمیق فرهنگی و اجتماعی در زمره مسائل اساسی و راهبردی مدیریت کلان رسانه محسوب می‌شود. از این رو تأملات و مطالعات مختلف از منظرهای دینی، اخلاقی، حقوقی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، ارتباطی، هنری و رسانه‌ای در این عرصه چند بعدی بیش از پیش ضرورت پیدا کرده است. اما تاکنون در این موضوع مهم کمتر کار علمی و تحقیقاتی گسترده‌ای در راستای احصای پرسش‌ها، کاوش پاسخ‌ها و تدوین راهبردها و خط‌مشی‌ها انجام شده است. همایش رسانه ملی و تبلیغات بازرگانی، با هدف جبران این نقیصه طراحی شد.

بی‌تردید رسیدن به این هدف، علاوه بر فراخوان مقالات علمی- پژوهشی، داوری و ارائه آنها در یک همایش علمی، مستلزم مطالعاتی برای تدوین راهبردهای اساسی، خط‌مشی‌ها و راهکارهای اجرایی در این زمینه است. به همین منظور کمیته علمی این همایش مأموریت یافت تا با بررسی و مطالعه ده‌ها مقاله پذیرفته شده در همایش که اغلب توسط استادان صاحب‌نام و پژوهشگران ممتاز نگاشته شده بود، ضمن تحلیل ثانوی یافته‌ها یک بسته سیاستی پیشنهادی برای مدیران رسانه ملی فراهم کند. این بسته با عنوان منشور راهبردی تبلیغات بازرگانی در همایش ارائه خواهد شد.

این بسته سیاستی، حذف تبلیغات بازرگانی از رسانه ملی را توصیه نمی‌کند، اما ضرورت یک تغییر بنیادی در نگرش به صنعت تبلیغات بازرگانی را گوشزد می‌کند که چه بسا در بلندمدت به تعدیل کمیت یا هدفمندی پخش تبلیغات بازرگانی در رسانه ملی منجر شود. می‌دانیم بسیاری از سازمان‌ها و شبکه‌های رسانه‌ای خدمت عمومی و دولتی در جهان، تبلیغات بازرگانی پخش نمی‌کنند و دولت‌ها از طریق عوارض و مالیات، بودجه آنها را تأمین می‌کنند. اما به دلیل نبود شبکه‌های خصوصی در ایران و نیاز صنایع و خدمات به اطلاع‌رسانی، طبعا نمی‌توان انتظار حذف کامل تبلیغات بازرگانی از سازمان صداوسیما را داشت. اگر تبلیغات بازرگانی را میدان عرضه ایده‌ها و معناهایی برای زندگی بدانیم، قطعا باید برای فرآیند تولید و پخش آنها نیز همچون سایر قالب‌های تولید برنامه در رسانه ملی اهمیت و حساسیت قائل باشیم. چرا برای تولید یک سریال یا برنامه گفت‌وگو محور مطالعه، بررسی و بحث‌های مفصل طرح و برنامه‌ای انجام می‌شود، اما برای تبلیغات بازرگانی چنین روالی وجود ندارد؟ آیا تأثیرات و معناهایی که تبلیغات بازرگانی ترویج می‌کنند کمتر از سریال یا برنامه‌هاست؟ آیا سازمان عظیم رسانه‌ای مانند صداوسیما باید منتظر بنشیند تا دیگران برای مخاطبان آن ایده‌ها و معناهایی برای زندگی ارائه کنند؟ با توجه به این که در حال حاضر عمده تبلیغات بازرگانی رسانه ملی توسط تعدادی از شرکت‌های بزرگ تولید و ارائه می‌شود، این فرصت را سازمان صداوسیما فراهم کرده است تا انتظارات از آنها در حوزه ایده‌ها و معناهایی که در قالب آگهی‌ها ارائه می‌کنند را بیش از حد فعلی افزایش دهد. اگر از نگاه کهنه و کلیشه‌ای به تبلیغات بازرگانی، به مثابه تبلیغ کالاها عبور کنیم و این صنعت را عرصه ایده‌ها و معناها بدانیم، در واقع به یک تغییر پارادایم در مدیریت و سیاستگذاری صنعت تبلیغات بازرگانی خواهیم رسید. تغییر پارادایمی که اقتضائات مختلفی به همراه خواهد داشت. با این تغییر پارادایم، تولیت تبلیغات بازرگانی در رسانه ملی به دلیل سهم بسیار بزرگی که از آنتن این رسانه دارد و تأثیر بسیار گسترده‌ای که در نشر ایده‌ها و معناها در زیست فرهنگی و اجتماعی ما دارد، نه یک مدیریت سطح دوی اداری و مالی، بلکه جایگاهی همتراز معاونت‌های برنامه‌ساز خواهد داشت. در پایان لازم است از هدایت و حمایت جناب آقای دکتر علی عسکری، رئیس محترم سازمان و رئیس هیأت امنای دانشگاه صداوسیما، که ضمن موافقت با احیای معاونت پژوهشی در دانشگاه و توصیه و تشویق استادان و دانشجویان به کاوشگری در مسائل و چالش‌های اصلی سازمان، زمینه‌ساز و تسهیلگر برگزاری همایش رسانه ملی و تبلیغات بازرگانی بودند تقدیر و سپاسگزاری کنم.

گزارش خبری

نشان «درجه یک نصر» با موافقت فرمانده کل قوا به شهید فخری‌زاده اعطا شد

نشان نصر برای فخر هسته‌ای

گروه سیاسی

نشان درجه یک نصر، اهدایی فرمانده معظم کل قوا دیروز با حضور سردار سرلشکر محمد باقری، رئیس ستاد کل نیروهای مسلح در منزل شهید محسن فخری‌زاده تقدیم خانواده این دانشمند شهید شد.

سردار باقری که همراه فرمانده کل ارتش، رئیس سازمان عقیدتی سیاسی وزارت دفاع و تعدادی از معاونان ستاد کل نیروهای مسلح در منزل شهید فخری‌زاده حضور یافته بود عنایت ویژه رهبر معظم انقلاب و فرمانده معظم کل قوا نسبت به این شهید والامقام را امری مهم و بسیار ویژه توصیف کرد و گفت: مقام معظم رهبری با اهدای نشان درجه یک نصر به این شهید والامقام به پاس خدمات و تلاش‌های ارزنده شهید در طول دوران پربرکت انقلاب اسلامی موافقت کردند.

رئیس ستاد کل نیروهای مسلح نشان درجه یک نصر را ویژه محققان، پژوهشگران و شخصیت‌هایی برجسته ملی که جبهه دفاعی نظام اسلامی را پشتیبانی و حمایت می‌کنند، قلمداد کرد و افزود: براین اساس رهبر معظم انقلاب، بالاترین رتبه آن را- که نشان درجه یک نصر است- برای این شهید والامقام که عمر ارزشمند خویش را در راستای پشتیبانی و حمایت از جبهه انقلاب اسلامی مبذول داشت، در نظر گرفتند.

رئیس ستاد کل نیروهای مسلح، اهدای نشان ارزنده نصر از سوی فرمانده معظم کل قوا را مایه افتخار سربلندی و عزت مستدام بیت معظم شهید دکتر فخری‌زاده برای تمام نسل‌ها دانست.

وی با اشاره به این که از زمان شهادت دانشمند هسته‌ای و دفاعی کشور دکتر محسن فخری‌زاده، دشمنان ملت ایران اسلامی خواب راحتی را تجربه نکرده و همواره در هراس، نگرانی و اضطراب به سر می‌برند، تاکید کرد: بی‌شک انتقام خون شهید عرصه علم و دانش بر اساس منطق عملیاتی جبهه انقلاب اسلامی در زمان و مکان مناسب از نظام استکبار گرفته خواهد شد و شیطان بزرگ آمریکا و رژیم صهیونیستی بدانند تقاص این جنایت را پس خواهند داد.

سوابق اعطای نشان‌های افتخار: نشان نصر اهدایی از سوی فرمانده کل قوا در حالی دیروز توسط رئیس ستاد کل نیروهای مسلح تقدیم خانواده شهید فخری‌زاده شد که سوابق اعطای نشان‌های افتخار در گذشته به‌خوبی نشان‌دهنده اهمیت آنهاست؛ نشان‌های افتخاری که در گذشته بر سینه سرداران پرافتخاری چون حاج قاسم سلیمانی نصب شده است.

نشان‌های عالی که در گذشته از سوی فرمانده معظم کل قوا به سرداران و فرماندهان نظامی و همچنین چهره‌های موثر در پیشبرد اهداف انقلاب اسلامی اعطا شده اسامی مختلفی دارد که معروف‌ترین آنها «ذوالفقار»، «فتح» و «نصر» است.

نشان ذوالفقار: عالی‌ترین نشان نظامی، ذوالفقار است که بعد از پیروزی انقلاب اسلامی و تنها کسی که توانست به‌واسطه رشادت‌های بی‌نظیرش در عرصه‌های نظامی موفق به کسب چنین نشانی شود سردار سپهبد شهید قاسم سلیمانی بود. این نشان در ۲۰ اسفند ۱۳۹۷ از سوی حضرت آیت‌ا... خامنه‌ای فرمانده کل قوا به سردار سلیمانی اعطا شد. تا پیش از این سردار سلیمانی سه نشان عالی فتح را به واسطه سال‌ها فرماندهی لشکر ۴۱ ثارا... دریافت کرده بود.

نشان فتح: از دیگر نشان‌های عالی رتبه نظامی، نشان فتح است. این مدال پرافتخار نظامی به فرماندهانی اعطا شده که نقش مهمی در عملیات مهم و موفق نیروهای مسلح در دوران دفاع مقدس و پاسداری از مرزهای ایران اسلامی داشته‌اند. نشان فتح در سه رده طلایی (فتح ۱)، نقره‌ای (فتح ۲) و برنزی (فتح ۳) به فرماندهان نظامی اهدا شده است.

میان فرماندهان نظامی سردار سرلشکر محسن رضایی، دبیر فعلی مجمع تشخص مصلحت نظام با دریافت سه نشان طلایی، بیشترین نشان فتح را میان سایر فرماندهان نظامی دریافت کرده است.

نشان‌های رنگارنگ فتح تاکنون به ۵۴ نفر از شخصیت‌های موثر دوران دفاع مقدس اهدا شده است. یحیی رحیم صفوی، حسین حسنی سعدی، علی صیاد شیرازی، علی شمخانی، قاسم سلیمانی، مرتضی قربانی، محمد باقری، منصور ستاری، اکبر هاشمی رفسنجانی، محمد پاکپور، علی فدوی، حبیب‌ا... سیاری، صمد بالازاده و حسن روحانی از جمله فرماندهانی بودند که تاکنون افتخار دریافت نشان فتح نصیب آنها شده است.

نشان‌های شفا و هنر: علاوه بر این نشان‌ها، دو نشان «شفا» و «هنر» از دیگر نشان‌های عالی افتخار هستند. نشان شفا به امدادگرانی اهدا می‌شود که به منظور حفظ جان نیروهای رزمنده، خود را به خطر انداخته‌اند. نشان «هنر» یکی دیگر از نشان‌های عالی افتخار و مرسوم در نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران محسوب می‌شود که برای تشویق فعالان نیروهای مسلح در امور فرهنگی و هنری تعلق می‌گیرد. سورنا ستاری، فرزند شهید منصور ستاری فرمانده پیشین نیروی هوایی ارتش به دلیل طراحی هواپیمای آذرخش، مفتخر به دریافت این نشان نظامی شده است.

نشان نصر: نشان پرافتخار دیگر، نصر است که به عنوان بالاترین نشان در حوزه پشتیبانی رزم شناخته شده و به پاس ارائه خدمات و پشتیبانی نیروهای موثر در خدمات رزمی ارائه می‌شود. چهره‌های شناخته شده دارنده این نشان شامل افرادی مثل حسن روحانی به خاطر مسؤولیت در ستاد پشتیبانی جنگ، محمد باقری، سیدیحیی رحیم صفوی، جواد عظیمی‌فر معاون مهندسی رزمی، حسن شاه‌صفی فرمانده سابق نیروهای هوایی ارتش، محمود چهارباغی فرمانده سابق توپخانه نیروی زمینی سپاه، حسن فیروزآبادی، محمد سلیمی اعطا شده است و همچنین این نشان پرافتخار تقدیم خانواده شهید محسن فخری‌زاده گردید.