از حمله صهیونی تا هجمه سیاسی

یک سال بعد از حمله رژیم صهیونیستی به ساختمان شیشه‌ای

برخی جریان‌ها و رسانه‌های داخلی با هجمه‌های خود علیه صداوسیما، پازل تل‌آویو را تکمیل می‌کنند

اکبر یداللهی
گروه رسانه

چند ماه قبل و پیش از نبرد ۴۰ روزه بود که به همراه نویسندگان، بازدیدی از ساختمان شیشه‌ای داشتیم. آن روزها فضای استودیوی شبکه خبر که رجز ماندگار سحر امامی را به خود دیده بود، بازسازی شده و شبیه یادمان قرار گرفته بود اما نکته اینجاست که رژیم صهیونیستی همین یادمان را هم تاب نیاورد و در نبرد ۴۰ روزه دوباره به آن حمله کرد. حالا که یک سال از حمله اول گذشته، بهتر می‌توان درک کرد که ساختمان شیشه‌ای برای دشمن، نه یک نماد و یک ساختمان، بلکه نمادی از رسانه‌ای است که طی این یک سال تمام‌قد برای جهاد تبیین و اطلاع‌رسانی ایستاده.

یک سال از روزی می‌گذرد که «ساختمان شیشه‌ای» صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران، در میانه شعله‌های جنگ و التهاب منطقه، به یکی از نمادهای هدف‌گیری رسانه در عصر جنگ‌های ترکیبی تبدیل شد؛ شبی که صدای خبر، درست در لحظه پخش زنده، با انفجار درهم آمیخت و تصویر آنتن برای چند لحظه میان دود و اضطراب گم شد اما نه روایت متوقف شد و نه رسانه از کار افتاد.

در همان ساعات و لحظات اولیه حمله به ساختمان شیشه‌ای، یکی از تصاویر ماندگار آن شب، به حضور و واکنش سحر امامی، گوینده شبکه خبر گره خورد؛ لحظه‌ای که به‌جای توقف، به ادامه روایت پرداخت و تصویر رسانه را در دل بحران زنده نگه داشت. همین حضور آرام اما قاطع، در حافظه جمعی مخاطبان به‌عنوان یکی از صحنه‌های نمادین ایستادگی رسانه‌ای ثبت شد.

سحر امامی در روزهای پس از آن حادثه، برای بسیاری از مردم به یک چهره آشنا و حتی الهام‌بخش تبدیل شد؛ به‌ویژه در میان زنان که بخشی از جامعه او را نماد مسئولیت‌پذیری، شجاعت حرفه‌ای و ایستادن در خط مقدم اطلاع‌رسانی دانستند. در فضای اجتماعی، از او به‌عنوان یکی از چهره‌های خاطره‌انگیز رسانه ملی در دوران بحران یاد شد؛ شخصیتی که از دل یک رویداد سخت، به نماد استمرار کار رسانه‌ای تبدیل شد.

در این میان، اگر ساختمان شیشه‌ای به‌عنوان یک نماد فیزیکی هدف قرار گرفت، حضور چهره‌هایی مانند سحر امامی نشان داد رسانه فقط دیوار و ساختمان نیست بلکه انسان‌هایی است که در سخت‌ترین لحظات، روایت را زنده نگه می‌دارند.

اما ناگفته نماند که حمله ۲۶ خرداد ۱۴۰۴ به ساختمان شیشه‌ای، تنها یک حادثه نظامی نبود؛ نقطه‌ای بود در آغاز مرحله‌ای تازه از مواجهه رسانه‌ای که بسیاری آن را «جنگ روایت‌ها» نامیدند. اگرچه آن شب، بنا به روایت منابع رسمی، بخشی از ساختمان دچار آسیب جدی شد تا تولید، از آرشیو تا پخش، در ساختاری اضطراری اما منسجم، به فعالیت ادامه دادند.



پایان حمله فیزیکی، آغاز هجمه نرم

اگرچه در طول سال پس از آن حادثه، دیگر حمله فیزیکی مستقیمی به ساختمان شیشه‌ای گزارش نشد اما بسیاری از تحلیلگران رسانه‌ای معتقدند شکل تازه‌ای از فشار آغاز شد؛ فشاری که این بار نه بر دیوارهای فیزیکی، بلکه بر «پیکره رسانه‌ای» متمرکز بود.

در این دوره، صداوسیما در معرض موجی از تخریب‌ها، حملات رسانه‌ای و روایت‌سازی‌های متضاد در فضای مجازی قرار گرفت؛ فضایی که بسیاری آن را میدان اصلی «جنگ نرم» می‌دانند. این هجمه‌ها، بیش از آن‌که بر یک ساختمان یا یک رویداد متمرکز باشند، عملکرد کلی رسانه ملی را هدف قرار دادند.

منتقدان در بخشی از این فضا، سیاست‌های برنامه‌سازی، تغییرات کنداکتور و نحوه پوشش رویدادها را زیر سؤال بردند. در مقابل، مدیران رسانه ملی تأکید کردند که ساختار اطلاع‌رسانی کشور در شرایط بحران، ناگزیر به انعطاف‌پذیری گسترده بوده است.

رسانه‌ای در میدان؛ میان مردم و بحران

در یک سال گذشته، صداوسیما در موقعیت‌های متعددی خود را در کنار تحولات اجتماعی و میدانی قرار داده است. از پوشش بحران‌ها تا همراهی با مناسبت‌های ملی و مذهبی، از تولید برنامه‌های تحلیلی تا حضور در صحنه رویدادهای عمومی.

در دوره‌هایی که جامعه با حوادث مختلف مواجه بوده، رسانه ملی تلاش کرده هم نقش اطلاع‌رسانی فوری را ایفا کند و هم نقش آرام‌سازی فضای عمومی را. همین دوگانه، گاه محل نقد و گاه محل حمایت بوده است. در برخی مقاطع، برنامه‌های زنده خبری به‌سرعت با شرایط میدانی تطبیق داده شده‌اند؛ در برخی دیگر، کنداکتورهای سرگرمی به احترام شرایط عمومی جامعه تغییر کرده‌اند. حتی در مناسبت‌هایی که انتظار رویکرد شادتر وجود داشت، فضای رسانه‌ای به سمت محتوای متناسب با شرایط اجتماعی سوق داده شد. در کنار این تحولات، میدان اصلی مواجهه رسانه‌ای، به‌تدریج از آنتن تلویزیون به شبکه‌های اجتماعی منتقل شد؛ جایی که روایت‌ها با سرعتی چند برابر بازنشر می‌شوند و مرز میان خبر، تحلیل و قضاوت از میان می‌رود. در این فضا، رسانه ملی بیش از آن‌که با یک رقیب سنتی مواجه باشد، با اکوسیستم پیچیده‌ای از روایت‌های موازی روبه‌رو شد؛ روایت‌هایی که گاه با هدف نقد، گاه با هدف تقابل و گاه صرفا برای جلب توجه تولید می‌شوند. در چنین شرایطی، ساختمان شیشه‌ای دیگر فقط یک مکان نبود بلکه به یک «نشانه» تبدیل شده بود؛ نشانه‌ای از تقابل میان رسانه رسمی و رسانه‌های غیررسمی، میان روایت مستند و روایت شبکه‌ای.

بازسازی یک مفهوم

امروز، یک سال پس از آن حادثه، ساختمان شیشه‌ای هنوز یادآور حملات سال گذشته است اما شاید مهم‌تر از بازسازی فیزیکی، بازسازی مفهوم «رسانه در بحران» باشد. تجربه این یک سال نشان داد رسانه ملی، فارغ از نقدها و چالش‌ها، در شرایط بحرانی همچنان یکی از اصلی‌ترین زیرساخت‌های اطلاع‌رسانی کشور باقی مانده؛ زیرساختی که باید همزمان پاسخگوی سرعت، دقت، اعتماد عمومی و فشارهای بیرونی باشد. در این مسیر، حمله فیزیکی تنها یک نقطه آغاز بود اما آنچه ادامه یافت، مجموعه‌ای از مواجهه‌های نرم، پیچیده و چندلایه بود که امروز نیز ادامه دارد.

ساختمان شیشه‌ای، امروز بیش از آن‌که یک ساختمان باشد، یک روایت است؛ روایتی از ایستادگی در برابر آتش، از بازگشت پس از انفجار و از ادامه کار در میان موج‌های انتقاد و هجمه. اگر آن شب، دود و آتش تصویر آنتن را برای لحظاتی پوشاند، امروز این پرسش همچنان باقی است: در عصر جنگ روایت‌ها، چه چیزی واقعا دیده می‌شود و چه چیزی در پشت شیشه‌های شکسته رسانه پنهان می‌ماند؟

یادداشت

حسین قرایی | مدیرکل روابط عمومی صداوسیما

روایت متوقف نمی‌شود

بیست‌وششم خرداد امسال مصادف است با ایام سوگواری سیدالشهدا(ع)، یادآور آن روز تلخ خرداد سال پیش، که وقتی تنها سه روز از آغاز تجاوز رژیم صهیونیستی به میهن‌مان می‌گذشت، ساختمان شیشه‌ای صداوسیما با ۱۱ موشک هدف قرار گرفت تا شاید روایت شفاف، بی‌پیرایه و صریح متوقف شود.

حمله کینه‌توزانه رژیم صهیونیستی به نماد ایستادگی صداوسیما، حین پخش زنده شبکه خبر رخ داد تا قامت استوار رسانه مردم بشکند اما سحر امامی، مجری توانمند رسانه ملی و شاگرد مکتب زینب کبری(س)، شجاعانه از همان جا برای رژیم صهیونی خط و نشان کشید؛ از لحظه وقوع حادثه، پرچم روایت نخست را با اقتدار در دست گرفت؛ ماهیت غیرانسانی اقدامات این رژیم نژادپرست را افشاکرد و پیش چشم دنیا، حماسه مقاومت را در تصویر گسترده زن رشدیافته در دامان انقلاب اسلامی به نمایش گذاشت. درواقع، روایت رسانه ملی درست از دل همان خاکستری که دشمن گمان می‌کرد صدای ایران را برای همیشه زیر آن مدفون کرده، ققنوس‌وار به پرواز درآمد.

در بحبوحه جنگ ۳۹ روزه نیز دشمنی ریشه‌دار آمریکا و رژیم منحوس اسرائیل، بقایای ساختمان را هدف قرار داد؛ غافل از آن‌که اگرچه ساختمان شیشه‌ای فروریخت، نور حقیقتی که از تک‌تک خرده‌شیشه‌هایش بازتاب یافت، ماهیت تاریک بزرگ جنایتکاران قرن را عریان و بی‌پرده برملا کرد. این بنای سرشار از خاطره، نه فقط سازه‌ای از سیمان، فولاد و شیشه، که سرشار از قصه و زندگی هزاران خبرنگار و مأمن تلاش و تعهد کارکنانی بود که شبانه‌روز می‌کوشیدند راویان صادق حقیقت باشند. رژیم صهیونیستی می‌خواست با تعرض به سازمان صداوسیما، که جرمی جز روایت واقعیت نداشت، پایه‌های روشنگری و اطلاع‌رسانی را بلرزاند...

ادامه در صفحه ۱۲

جام جم

حسینیه عاشورایی معلی

در گفت‌وگوی اختصاصی روزنامه «جام جم» با نجم‌الدین شریعتی دلایل موفقیت فصول مختلف برنامه شبکه ۳ را بررسی کرده‌ایم

اصغر توسلی
گروه رسانه

«حسینیه معلی» دوباره به آنتن تلویزیون بازگشته است؛ برنامه‌ای که در سال‌های اخیر توانست تصویری متفاوت از هیأت‌های مذهبی را به خانه‌های مردم ببرد و فراتر از یک برنامه مرسوم مداحی، به یکی از پربیننده‌ترین تولیدات آیینی رسانه ملی تبدیل شود. حالا این برنامه در فصلی تازه، با فضایی متفاوت و از جوار حرم مطهر امام رضا(ع)، باردیگر راهی آنتن شده تا روایت تازه‌ای از فرهنگ عاشورا و آیین‌های سوگواری ایرانیان ارائه دهد.

وقتی نخستین فصل «حسینیه معلی» روی آنتن رفت، کمتر کسی تصور می‌کرد برنامه‌ای با محوریت هیأت و مداحی بتواند تا این اندازه مورد توجه مخاطبان قرار گیرد. آن روزها حامد سلطانی اجرای برنامه را برعهده داشت و سازندگان تلاش می‌کردند حال‌وهوای هیأت‌های مردمی را از کوچه‌ها و حسینیه‌ها به قاب تلویزیون بیاورند. تجربه‌ای که خیلی زود مورد استقبال قرار گرفت و مسیر تازه‌ای را در برنامه‌سازی آیینی گشود.

موفقیت حسینیه معلی بعدها زمینه‌ساز شکل‌گیری برنامه‌هایی مانند «محفل» شد؛ آثاری که نشان دادند مخاطب همچنان برای برنامه‌های دینی و معنوی، اگر با خلاقیت و نگاه تازه ساخته شوند، اشتیاق دارد. حسینیه معلی ابتدا با حال‌وهوای محرم و نام سیدالشهدا(ع) شناخته شد، اما در ادامه دامنه فعالیت خود را گسترش داد و با «مهدیه معلی» به اعیاد شعبانیه نیز قدم گذاشت.

فصل جدید این برنامه در حالی از شب اول محرم روی آنتن می‌رود که جمعی از چهره‌های شناخته‌شده عرصه مداحی و معارف دینی در آن حضور دارند. حاج سیدمجید بنی‌فاطمه، حاج مهدی رسولی، حاج سیدرضا نریمانی، حجت‌الاسلام سیدحسین آقامیری و کربلایی امیر برومند از جمله افرادی هستند که در میز ذاکران برنامه حضور یافته‌اند و در کنار مرثیه‌خوانی، به بیان نکات معرفتی و تبیین فرهنگ عاشورا می‌پردازند.

اما شاید مهم‌ترین ویژگی فصل تازه حسینیه معلی را باید در حفظ یک هویت ثابت و در عین حال حرکت به سوی نوآوری جست‌وجو کرد؛ مسیری که نجم‌الدین شریعتی، مجری برنامه، از آن با عنوان «عبور از کلیشه‌ها» یاد می‌کند.



شریعتی معتقد است در دنیای رسانه، خلاقیت یک انتخاب نیست بلکه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. به باور او، برنامه‌ها نه‌تنها با دیگر آثار رسانه‌ای رقابت می‌کنند بلکه گاهی ناچارند از نسخه‌های قبلی خود نیز پیشی بگیرند. به همین دلیل، تولیدکنندگان برنامه‌های مذهبی نیز نمی‌توانند تنها به قالب‌های ثابت و تکراری تکیه کنند.

او در گفت‌وگو با جام‌جم تاکید می‌کند که حتی برنامه‌ای باسابقه مانند «سمت خدا» نیز اگر در حوزه محتوا حرف تازه‌ای برای گفتن نداشته باشد، بخشی از مخاطبان خود را از دست خواهد داد. از همین رو، انتخاب موضوعات، کارشناسان و شیوه طرح مباحث باید همواره با نگاهی نو و متناسب با نیازهای روز جامعه انجام شود.

این نگاه در حسینیه معلی نیز نمود پیدا کرده است. گروه سازنده تلاش کرده ضمن حفظ اصالت هیأت‌ها و سنت‌های مذهبی، از قالب‌های تکراری فاصله بگیرد و تجربه‌ای متفاوت برای مخاطب خلق کند. نتیجه این رویکرد، برنامه‌ای شد که توانست میان سنت و نوآوری تعادل برقرار کند؛ اتفاقی که کمتر در آثار مذهبی تلویزیون رخ می‌دهد.

شریعتی بر این باور است که حسینیه معلی تنها یک برنامه مداحی نیست. او معتقد است این برنامه در سال‌های اخیر به بستری برای شناسایی استعدادهای ناشناخته و معرفی ظرفیت‌های پنهان در عرصه مداحی تبدیل شده است. استعدادهایی که شاید در شرایط عادی کمتر فرصتی برای دیده شدن پیدا می‌کردند.

البته کارکرد برنامه به همین جا محدود نمی‌شود. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای حسینیه معلی بازنمایی تنوع آیین‌های عزاداری در سراسر ایران است. از جنوب تا شمال و از شرق تا غرب کشور، هر منطقه شیوه‌ای خاص برای سوگواری دارد؛ آیین‌هایی که ریشه در فرهنگ، تاریخ و زیست مردم دارند و نسل به نسل منتقل شده‌اند.

این برنامه تلاش کرده این گنجینه فرهنگی را به تصویر بکشد و نشان دهد عشق به امام حسین(ع) چگونه در قالب‌های متنوع و رنگارنگ در سراسر ایران جاری است. همین رویکرد باعث شده حسینیه معلی علاوه بر یک برنامه مذهبی، به نوعی مستند زنده از آیین‌های عاشورایی ایران نیز تبدیل شود.

شریعتی درباره تجربه حضور خود در این برنامه نیز به جام‌جم می‌گوید که پس از سال‌ها اجرای سمت خدا، حضور در حسینیه معلی برایش ورود به فضایی تازه بوده است؛ فضایی که در آن هم امکان خلاقیت وجود دارد و هم می‌توان حرمت و اصالت هیأت‌ها را حفظ کرد.

متن کامل را در جام‌جم آنلاین بخوانید

بانک رفاه کارگران
REFAH KARGARAN BANK

آگهی مزایده عمومی فروش سهام

شرکت پالایش نفت امام خمینی(ره) شازند

شماره ۱۴۰۵/۰۲

بانک رفاه کارگران در نظر دارد نسبت به فروش ۴۹,۳۵ درصد از سهام شرکت پالایش نفت امام خمینی(ره) شازند (سهامی عام) به تعداد ۵۹,۹۵۹,۶۳۴,۱۲۸ سهم به ارزش ۲,۶۸۶,۳۱۱,۵۲۸,۲۰۲,۶۶۰ ریال از طریق برگزاری مزایده عمومی به اشخاص حقیقی و حقوقی ذیصلاح اقدام نماید.

متقاضیان خرید سهام مزبور می‌توانند از تاریخ انتشار این آگهی حداکثر تا پایان وقت اداری روز **چهارشنبه** مورخ **۱۴۰۵/۰۳/۲۷** با در دست داشتن معرفی‌نامه کتبی مشتمل بر درج شماره شناسه ملی (اشخاص حقوقی) به همراه کد ملی (اشخاص حقیقی) در ساعات اداری به اداره سرمایه‌گذاری و امور مجامع شرکت‌ها بانک، به آدرس: **تهران، بلوار کشاورز، روبه روی بیمارستان پارس، ساختمان بانک رفاه کارگران اداره سرمایه‌گذاری و امور مجامع شرکت‌ها بانک** مراجعه و اسناد مزایده را دریافت نمایند.

(شماره‌های تماس: ۰۲۱۴۱۳۷۳۲۸۴ - ۰۲۱۴۱۳۷۳۳۱۰)

شرایط شرکت در مزایده :

۱- ارزش پایه معامله و شرایط پرداخت ثمن معامله به شرح جدول ذیل به اطلاع متقاضیان می‌رسد.

مبالغ به ریال	
نام شرکت	پالایش نفت امام خمینی(ره) شازند
سرمایه ثبت شده	۱۲۱,۴۸۷,۳۷۷,۹۵۱,۰۰۰ ریال
تعداد سهام قابل واگذاری	۵۹,۹۵۹,۶۳۴,۱۲۸
قیمت پایه کل سهام قابل واگذاری (۱)	۲,۶۸۶,۳۱۱,۵۲۸,۲۰۲,۶۶۰ ریال
مبلغ سپرده شرکت در مزایده	۲۱۴,۹۰۴,۹۲۲,۲۵۶,۲۱۳ ریال
شرایط واگذاری (۲)	به‌صورت نقد و اقساط با شرایط ۸۰ درصد نقد و الباقی اقساط ۳ ماهه طی ۳ سال با نرخ سود ۲۳ درصد سالانه

(۱) قیمت پایه به ازای هر سهم معادل ۴۴/۸۰۲ ریال در نظر گرفته شده است.
(۲) قیمت اعلامی، قیمت پایه بوده و اولویت واگذاری به ترتیب:
۱- با خریدارانی است که متقاضی خرید نقدی بوده و قیمتی بالاتر از قیمت پایه را پیشنهاد نمایند.
۲- با خریدارانی است که حصه نقدی بیشتر و قیمتی بالاتر از قیمت پایه را پیشنهاد نمایند.

۲- سپرده شرکت در مزایده معادل ۱۰ درصد ارزش حصه نقدی ثمن معامله می‌باشد که می‌بایستی به‌صورت وجه نقد واریزی به حساب شماره ۵۰۰۰۰۱۴ به نام اداره حسابداری نزد شعبه پردیس بانک رفاه کارگران یا ضمانتنامه بانکی معتبر، غیر از بانک رفاه کارگران با اعتبار ۳ ماهه به‌صورت عندالمطالبه قابل تمدید و بی قید و شرط ارائه گردد. حق فروشنده جهت بررسی، قبول یا رد و درخواست اصلاح متن ضمانتنامه در مهلت محدود، محفوظ و متقاضی مکلف به رعایت آن است.

۳- متقاضیان می‌بایست پیشنهادات خود را نسبت به کل سهام عرضه شده، حداکثر تا پایان وقت اداری روز **شنبه** مورخ **۱۴۰۵/۰۳/۳۰** به نشانی اعلام شده فوق تحویل و رسید دریافت نمایند. بدیهی است به پیشنهاداتی که بعد از موعد مقرر واصل گردد ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۴- شرکت در مزایده به معنی اطلاع و آگاهی کامل متقاضی نسبت به شرایط شرکت بوده و خریدار با شرکت در مزایده کلیه اختیارات خصوصاً خیار غبن ولو فاحش را از سوی خود سلب و اسقاط می‌نماید.

۵- چنانچه برنده مزایده ظرف مهلت مقرر از تاریخ ابلاغ توسط مزایده‌گزار نسبت به امضای قرارداد تدوین شده توسط حوزه حقوقی بانک و پرداخت بخش نقدی ثمن معامله و ارائه اسناد تضمین اقدام ننماید، هیچگونه ادعایی نسبت به سپرده شرکت در مزایده نخواهد داشت و مزایده‌گزار می‌تواند ضمانت نامه بانکی ارائه شده را به نفع خود ضبط نماید.

۶- پاکت‌های مزایده در **ساعت ۱۰ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۴/۰۳** در سالن جلسات بانک واقع در تهران، خیابان ولیعصر(عج)، نرسیده به میدان ونک ساختمان بانک رفاه کارگران مفتوح خواهد گردید. حضور پیشنهاد دهندگان یا نماینده قانونی آنان در جلسه با ارائه مدارک شناسایی یا معرفی‌نامه معتبر مجاز می‌باشد. در جلسه مزبور صرفاً خریداران حائز رتبه‌های اول و دوم معرفی گردیده و برنده نهایی متعاقباً اعلام خواهد شد.

۷- استرداد سپرده شرکت در مزایده برنده دوم(وجه نقد/ضمانتنامه بانکی معتبر -وفق بند ۲) منوط به انعقاد قرارداد و تسویه کامل بخش نقدی ثمن معامله و دریافت اسناد تضمین از برنده اول مزایده می‌باشد. سپرده شرکت در مزایده سایر مزایده‌گران پس از برگزاری جلسه مزایده مسترد می‌گردد.

۸- فروشنده در رد یا قبول هر یک از/کلیه پیشنهادات واصله مختار است.

www.refah-bank.ir