

جنگ‌نوشت

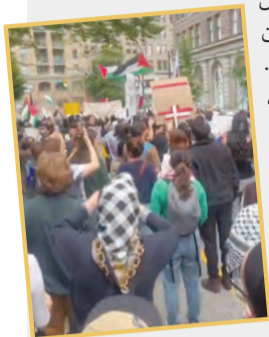
روایت وطن دوستی

بارها یک ویدئو معمولی از یکی از تجمعات اعتراضی خارج از کشور در محکومیت حملات اسرائیل را دیده‌ام؛ ویدئویی شبیه به خیلی از ویدئوهای دیگر. همه چیز آن ویدئو معمولی است، جز زنی که از پشت، او را می بینم و دست هایش را با سرعتی معین با گفتن «ایران ایران» تکان می دهد. از منظر «فمینیسم پسااستعماری» بدن صرفاً عنصری بیولوژیک یا حامل جنسیت نیست، بلکه میدان حافظه، سیاست و مقاومت است. زنان، به‌ویژه در متن جنوب جهانی، بارتبعید، مهاجرت، جنگ‌واشغال را با بدن خود حمل می‌کنند. آنان با بدن هایشان زیسته‌اند، رنج برده‌اند و ایستاده‌اند. لحظه‌ای که این زن، آن‌طور دست‌هایش را تکان می‌دهد و نام ایران را بر زبان می‌آورد، بدنش بدل می‌شود به نقشه‌ای زنده از زخم و ایستادگی

یک ملت و به ترجمان بی‌واسطه پیوندی که هنوز، حتی در هزاران کیلومتر دورتر، با خاک وطن حفظ شده است. وطن دوستی در این روایت، احساس صرف نیست؛ یک تجربه بدنی و پیکری است. عشق به وطن در اشکال نابی بروز می‌کند: در لرزش شانه‌ها، در چرخش دست‌ها، در اشغال فضا با حضوری معنادار. بدن‌ها علیه انکار تاریخ و سکوت تحمیلی به پا می‌خیزند؛ بدن‌ها علیه جنگ تحمیلی، استعمار و بی‌وطن‌سازی می‌جنگند. آن زن، در این تجمع، کنشگری رانه‌به‌مثابه یک شعار که در قالب بدن‌مندی وطن دوستانه به نمایش می‌گذارد.

او و همه آن‌هایی که فراتر از مرزها، برای وطن -چه ایران، چه فلسطین- در راهپیمایی‌ها شرکت می‌کنند، بیشتر از هر وقت دیگری نشان می‌دهند بدن‌هایمان چطور هنوز می‌توانند وطن را به دوش بکشند. در مهاجرت، بدن ایستاده، خود بدل به خاک می‌شود؛ به سنگ، به حافظه جمعی، به پرچمی در اهتزاز. برای همین است که او فقط دست‌هایش را تکان نمی‌دهد، او خودش را به‌عنوان بخشی از مقاومت مردمان دیون یک مرز، معرفی می‌کند.

**(برگرفته از روزنوشت‌های فاطمه بهروزفخ)**



فائزه مجردیان | دستکاری افکار عمومی توسط رسانه‌ها

یا همان دست‌بردن در واقعیت‌ها برمی‌گردد به نیمه دوم قرن بیستم و گسترش رسانه‌های تصویری مثل تلویزیون. استقبال گسترده از جعبه جادویی فرصتی بود برای سیاستمداران، تبلیغ‌کنندگان کالا و فعالان اجتماعی تا روی فکر و ذهن میلیون‌ها بیننده کار کنند. اول از همه شرکت‌های تبلیغاتی فهمیدند که اگر فقط درباره ویژگی‌های یک محصول حرف بزنند، احتمالاً کسی چندان هیجان‌زده نمی‌شود، اما اگر همان محصول را در قالب یک داستان جذاب نشان دهند، موسیقی دلنشینی روی آن بگذارند و یک بازیگر محبوب هم لیخن‌دزنان در کنار آن ظاهر شود، ماجرا کاملاً فرق می‌کند و می‌شود با کمی داستان‌پردازی و مقدار مناسبی احساس، کنترل ذهن مخاطب را به دست گرفت.

رسانه و ذهن ما

بی‌شک تا امروز حداقل یک‌بار این حس را تجربه کرده‌اید: فیلمی را می‌بینید، تبلیغی را تماشا می‌کنید، متنی را می‌خوانید، مصاحبه‌ای را می‌شنوید و بعد احساس می‌کنید نظراتن درباره موضوعی تغییر کرده است، بی‌آنکه خودتان دقیق بفهمید چگونه! قبول دارید ذهن و اراده انسان آن‌دژ نفوذناپذیری نیست که گاهی تصور می‌کنیم؟ یا شاید دقیق‌تر این باشد که اصلاً دژ در کار نیست. وقتی یک تیتیر هیجان‌انگیز، تصویری تکان‌دهنده یا حتی جمله‌ای کوتاه می‌تواند مسیر تفکر، تحلیل و قضاوت ما را عوض کند یعنی سال‌هاست بی‌آنکه چندان متوجه باشیم، تحت تأثیر پدیده «دستکاری افکار عمومی» هستیم. البته ما فکر می‌کنیم وقوع این پدیده، یکباره و ناگهانی و مثلاً با دیدن یک فیلم یا شنیدن یک خبر ... و رقم خورده در حالی که رسانه‌ها در مدت زمانی مشخص، آرام و نامحسوس در گوش ما زمزمه کرده‌اند که به چه چیزی فکر کنیم، درباره آن چه احساسی داشته باشیم و چگونه قضاوت کنیم. اصولاً روزنامه‌ها، رادیو و بعد هم تلویزیون وظیفه خودشان می‌دانند که علاوه بر انتقال خبر، احساسات را برانگیزند، ذهن‌ها را درگیر کنند و حتی نگاه مردم به یک موضوع را تغییر دهند. درواقع داریم از «مکانیسم‌های تسخیر ذهن در عصر ارتباطات» حرف می‌زنیم. در این بحث مفهومی به نام «مهندسی ادراک» هم وجود دارد و تعریف ساده‌اش این می‌شود که رسانه‌ها می‌توانند درک و برداشت مخاطبان‌شان را از رویدادهای جهان تغییر داده یا به سمت و سوی خاصی هدایت کنند. پژوهشگران علوم ارتباطات سال‌هاست در این باره صحبت می‌کنند که رسانه‌های امروزی کارشان فقط گزارش کردن نیست،

دشمن چگونه با ابزار رسانه، افکار مخاطبان را تسخیر می‌کند؟

به «مهندسان ادراک» اعتماد نکن!



فراتر از خبر دادن و گزارش، آن‌ها حتی تعیین می‌کنند که ما چگونه آن واقعیت را ببینیم! «بیژن همدرسی» مدرس سینما، مستندساز و کارگردان در «تابناک» می‌نویسد این «مهندسی ادراک» فوت و فن خاص خودش را دارد. «برجسته‌سازی» و سپس خلق واقعیت مجازی یکی از آن‌هاست. هر روز اتفاقاتی در دنیا می‌افتد که هیچ رسانه‌ای نمی‌تواند همه آن‌ها را پوشش دهد. بنابراین بسته به اهدافش باید انتخاب کند که کدام موضوع را پررنگ کند و کدام را به حاشیه ببرد. وقتی هم یک موضوع مدام در خبرها تکرار می‌شود، ذهن مخاطب به‌طور طبیعی فکر می‌کند این مهم‌ترین مسئله دنیاست در حالی که شاید ده‌ها موضوع مهم دیگر هم در همان زمان در جریان باشد. در این حالت رسانه دارد اولویت‌های ذهنی شما را شکل می‌دهد.

سستی که آرام اثر می‌کند

روش دیگر «بازی با احساسات» است. ذهن منطقی ما معمولاً اهل سؤال پرسیدن است؛ دوست دارد بداند چرا و چگونه؟ اما بخش احساسی ذهن خیلی سریع

● صندوق پستی:	۵۷۷ - ۹۱۷۲۵
● دفتر تهران: بولوار کشاورز، بین کارگر و چمستانه، شماره ۳۳۶	
● تلفن:	۶۶۹۳۷۵۵ (۰۲۱)
● فاکس:	۶۶۴۳۰۱۲۲ (۰۲۱)
● پیامک:	۳۰۰۰۴۵۶۷
● ارتباطات مردمی:	۳۷۶۱۰۰۸۶ (۰۵۱)
● امور مشترکین:	۳۷۶۸۵-۴۴-۵ (۰۵۱)

● روابط عمومی:	۳۷۶۶۲۵۸۷ (۰۵۱)
● شماره سرپرست:	۳۷۶۸۴۰۰۴ - ۳۷۶۱۰۰۸۷ (۰۵۱)
● سازمان آگهی‌ها:	۳۷۶۲۸۲۰۵ - ۳۷۰۸۸ (۰۵۱)
● فاکس:	۳۷۶۱۰۰۸۵ (۰۵۱)
● سفارشات چاپ:	۳۷۶۶۵۹۶ (۰۵۱)
● چاپ مشهد:	جمعیت چاپ و نشر قدس
● چاپ هم‌زمان تهران:	چاپخانه حاج‌م

هم «حقیقت ناقص» است! در دنیای امروز که جنگ روایت‌ها شدت گرفته است، باهوش‌ترین رسانه‌ها هیچ‌وقت مثل «ایران اینترنشنال» به‌طور کامل دروغ نمی‌گویند. مهندسان ادراک حرفه‌ای، ۹۰ درصد حقیقت را با ۱۰ درصد دروغ استراتژیک ترکیب می‌کنند. این ۱۰ درصد، همان سستی است که جهت‌گیری شما را تغییر می‌دهد. ابتدا با دیدن آن ۹۰ درصد واقعیت، شما به رسانه اعتماد می‌کنید و البته آن بخش کوچک تحریف‌شده را هم به‌عنوان حقیقت می‌بلعید غافل از اینکه ستم عدم اعتماد به خودی و همسو شدن با دشمن در وجود مخاطب تزریق شده و گسترش می‌یابد.

فیلترهای ذهنی

با ظهور اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، همه این فرایندها سرعت بیشتری گرفته‌اند. امروز هر کسی می‌تواند در چند ثانیه یک خبر یا ویدئو را با هزاران نفر به اشتراک بگذارد. از طرف دیگر، الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی معمولاً محتوایی را بیشتر نشان می‌دهند که واکنش احساسی بیشتری ایجاد کند. نتیجه این است که پیام‌های هیجانی و جنجالی خیلی سریع‌تر از تحلیل‌های آرام و دقیق منتشر می‌شوند. در چنین شرایطی، مرز میان اطلاع‌رسانی، تبلیغ و تأثیرگذاری هدفمند بسیار باریک می‌شود. مخاطب ممکن است فکر کند فقط در حال دیدن یک خبر ساده است، در حالی که درواقع در معرض مجموعه‌ای از انتخاب‌ها، تأکیدها و روایت‌های خاص قرار گرفته به

همین دلیل مفهوم سواد رسانه‌ای در سال‌های اخیر اهمیت زیادی پیدا کرده است به این معنا که یاد بگیریم پیش از پذیرفتن هر پیام، چند سؤال ساده از خودمان بپرسیم. این خبر چه احساسی در من ایجاد می‌کند؟ منبع آن چیست؟ آیا منابع دیگر هم همین روایت را تأیید می‌کنند؟ چه بخش‌هایی از داستان ممکن است گفته نشده باشد؟ شاید پیش خودتان بگویید این پرسش‌ها ساده و پیش‌پاافتاده‌اند، اما در عمل می‌توانند نقش یک فیلتر ذهنی قدرتمند را داشته باشند. درست مثل زمانی که پیش از عبور از خیابان، نگاهی به دو طرف می‌اندازیم تا با احتیاط کامل قدم برداریم. رسانه‌ها اگرچه می‌توانند آگاهی ایجاد کنند، آموزش دهند و حتی به حل مشکلات اجتماعی کمک کنند، اما همان‌قدر هم می‌توانند روایت‌هایی بسازند که ذهن‌ها را در مسیری خاص هدایت کنند. در جهانی که اطلاعات با سرعتی سرسام‌آور در حال حرکت است، مهم‌ترین مهارت ما مکت کردن است، چون گاهی همین چند ثانیه مکت، می‌تواند میان «فکر کردن خودمان» و «فکرهایی که برایمان ساخته‌اند» فاصله بیندازد.



## مجتمع چاپ و نشر روزنامه قدس

مجهر ترین چاپخانه شرق کشور  
با پرسنل حرفه ای

### چاپ افست | شیت | رول

یووی | سلفون | لیتوگرافی | صحافی | برش |

مشهد ، بلوار سجاد، نبش سجاد یک  
(واحد سفارشات مؤسسه فرهنگی قدس)

۰۵۱-۳۷۰۸۸

### (( آگهی مناقصات عمومی یک مرحله ای ))

شرکت آب و فاضلاب مشهد در نظر دارد برگزاری مناقصات عمومی مشروح ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) برگزار نماید، کلیه مراحل برگزاری فراخوان در دریافت و تحویل اسناد تا ارسال دعوتهامه جهت سایر مراحل مناقصه ، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس WWW.SETADIRAN.IR انجام خواهد شد . لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند .

ردیف	موضوع	شماره فراخوان	مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار به ریال	نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار
۱	خرید لوله پلی اتیلن در سایزهای مختلف	۲۰۰۵۰۵۰۵۱۲۹۰۰۰۰۲۴	۲/۷۲۱/۰۰۰/۰۰۰	۱. واریز نقدی به حساب جاری شماره ۴۰۰۱۰۰۹۷۰۷۱۴۶۰۰۹ بانک ملی مرکزی مشهد
۲	تجدید خرید لوله پلی اتیلن در سایزهای مختلف	۲۰۰۵۰۵۰۵۱۲۹۰۰۰۰۰۲۵	۲/۳۷۸/۰۰۰/۰۰۰	۲. ضمانتنامه بانکی
۳	تجدید خرید شیرآلات چدنی در انواع و سایزهای مختلف	۲۰۰۵۰۵۰۵۱۲۹۰۰۰۰۰۲۶	۳/۵۲۸/۰۰۰/۰۰۰	۳. اوراق مالی اسلامی

- مهلت دریافت اسناد مناقصات : از تاریخ ۱۴۰۵/۰۲/۰۶ لغایت ۱۴۰۵/۰۲/۱۰
- خاتمه دوره بازرگاری، تکمیل و ارسال اسناد مناقصات : ۱۴۰۵/۰۲/۲۱
- بازگشایی پاکات مناقصات : ۱۴۰۵/۰۲/۲۲
- مدت اعتبار پیشنهادات از تاریخ تحویل پاکات پیشنهاد قیمت به مدت ۳ ماه می باشد .
- اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گذار : مشهد، خیابان فلسطین ، نبش فلسطین ۲۶ ، شرکت آبفا مشهد ، تلفن : ۰۵۱-۳۷۰۸۵۱۰

**دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب مشهد**

### « آگهی مناقصه عمومی » نوبت دوم

شرکت آب و فاضلاب استان خراسان رضوی در نظر دارد مناقصه عمومی به شرح ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان مناقصه عمومی، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار فراخوان در سامانه ۱۴۰۵/۰۲/۰۵ می باشد. اطلاعات واسناد و دعوتهامه مناقصه عمومی موضوع فوق الذکر از طریق سامانه ستاد به مناقصه گران ارسال خواهد شد.

ردیف	موضوع مناقصه	شماره فراخوان	مبلغ برآورد کار	زمان ومهلت
۱	تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی فشرده حمل وتخلیه۲۰۰۰ کیلوگرم لوله پلی اتیلن در سطح استان خراسان رضوی	۲۰۰۵۰۵۰۱۴۴۶۰۰۰۰۰۳۰	۲۸۴,۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ (دویست وهشتاد وچهار میلیاردریال)	مهلت دریافت اسناد: ۱۴۰۵/۰۲/۱۲ مهلت ارسال: ۱۴۰۵/۰۲/۲۹
۲	تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی فشرده حمل وتخلیه۳۰۰۰ دستگاہ کنتور هوشمند مغناطیسی در سطح استان خراسان رضوی	۲۰۰۵۰۵۰۱۴۴۶۰۰۰۰۰۳۱	۱۷۶,۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ (یکصد وهفتاد ونشش میلیارد ریال)	

**دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان خراسان رضوی سایت اینترنتی : [www.abfakhorasan.ir](http://www.abfakhorasan.ir)**

### (( آگهی مزایده ))

شرکت فروودگاههای کشور اداره کل فرودگاههای استان خراسان رضوی در نظر دارد کالاهای خود به شرح مذکور و با جزئیات مندرج در اسناد مزایده را با بهره گیری از سامانه تدارکات الکترونیکی ([www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir)) با شماره مزایده ۱۰۰۵۰۵۰۱۵۷۸۰۰۰۰۰۱ به صورت الکترونیکی به فروش برساند.

**زمان انتشار در سایت : ۱۴۰۵/۰۲/۰۷ ساعت ۱۰:۰۰**  
**مهلت دریافت اسناد مزایده: ۱۴۰۵/۰۲/۱۷ ساعت ۱۹:۰۰**  
**تاریخ بازید: ۱۴۰۵/۰۲/۱۵ - ۱۴۰۵/۰۲/۲۰ ساعت ۰۹:۰۰ الی ۱۱:۰۰**  
**آخرین مهلت ارسال پیشنهاد قیمت: ۱۴۰۵/۰۲/۲۷ ساعت ۱۹:۰۰ صبح**  
**زمان بازگشایی: ۱۴۰۵/۰۲/۲۸ ساعت ۱۰:۰۰**  
**زمان اعلام به برنده: ۱۴۰۵/۰۲/۲۹ ساعت ۱۰:۰۰**

ضمنا رعایت موارد ذیل الزامی می باشد:

- برگزاری مزایده صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت می باشد و کلیه مراحل فرآیند مزایده شامل خرید و دریافت اسناد مزایده (در صورت وجود هزینه مربوطه)، پرداخت تضمین شرکت در مزایده ( ودیعه)، ارسال پیشنهاد قیمت، بازگشایی پاکات، اعلام به برنده، واریز وجه مزایده و تحویل کالا در بستر سامانه از این طریق امکان پذیر می باشد.
- پیشنهاد می گردد با توجه به تنوع کالا های مطرح شده در مزایده قبل از ارائه پیشنهاد از اقلام موضوع مزایده بازدید به عمل آورید.
- علاقمندان به شرکت در مزایده می بایست جهت ثبت نام و دریافت گواهی الکترونیکی (توکن) با شماره های ذیل تماس حاصل نمایند:

**مرکز پشتیبانی و راهبری: ۱۴۵۶**  
**اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استان ها، درسایت سامانه [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir)**  
**بخش «ثبت نام/پروفايل مزایده گر » موجود است.شناسه آگهی ۲۱۶۲۰۰۲**