

سروشنامه: شهرداری تهران. معاونت امور اجتماعی و فرهنگی
عنوان و نام پدیدآور: گزارش عملکرد فعالیتهای دینی شهرداری تهران. توسعه و
ترویج فرهنگ قرآن و عترت (۱۳۸۸-۱۳۸۲) / مولف: محمدعلی موهبتی. همکاران
عبدالرضا علامه ... [و دیگران] زیر نظر سیدمحمدهادی ایازی.
مشخصات نشر: تهران: فرهنگ‌نما، شهرداری تهران. معاونت امور اجتماعی و
فرهنگی، ۱۳۹۱
مشخصات ظاهری: ۲۳ ص. مصور (رنگی)، جدول (رنگی)، عکس (رنگی)، نمودار
(رنگی)

شابک: ۷-۵۲-۸۲۱۶-۹۶۴-۹۷۸

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

یادداشت: مولف محمدعلی موهبتی همکاران عبدالرضا علامه، الهام نیشابوری، مهدی
هازنی.

موضوع: شهرداری تهران. معاونت امور اجتماعی و فرهنگی

موضوع: شهرداری تهران. معاونت امور اجتماعی و فرهنگی -- گزارش‌ها

موضوع: شهرداری -- ایران -- تهران

شناسه افزوده: موهبتی، محمدعلی، ۱۳۳۴

شناسه افزوده: علامه، عبدالرضا

شناسه افزوده: ایازی، سیدمحمدهادی، ۱۳۳۱ -- ناظر

رده‌بندی تفکره: ۳۵۲/۵۵۱۱۲ ش ۹۵/۷۲۶۹۵۵ ۱۳۹۱ ۹۲۴۵۱۱۵۶

رده‌بندی دیویی: ۳۵۲/۵۵۱۱۲

شماره کتابشناسی ملی: ۸۵۲۸۲۷



انتشارات فرهنگ نما

عنوان: گزارش عملکرد معاونت امور اجتماعی و فرهنگی در حوزه رسانه
(۸۴-۸۸)

ناشر: فرهنگ نما

ناشر همکار: معاونت فرهنگی شهرداری تهران

مولف: موهبتی، محمدعلی [زیر نظر دکتر سیدمحمدهادی ایازی]

ناظر چاپ: راحله گنجه، فهیمه رضایی

نوبت چاپ: اول ۹۱

شابک: ۷۸-۹۶۴-۸۲۱۶-۱۱-۰۰

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۵۰۰۰ تومان

نشانی ناشر: تهران - انقلاب - خیابان اردیبهشت - کوچه نوروز - پلاک ۲۲

تلفن: ۶۶۴۷۷۵۰۵-۶۶۴۹۵۷۹۵



امام خمینی (ره)

تأثیر رسانه‌های گروهی، به ویژه صدا و سیما بر مخاطبان بر هیچ‌کس پوشیده نیست. صدا و سیما به عنوان رسانه‌ای که بیشترین مخاطبان را به خود جذب می‌کند، باید دانشگاهی باشد که فضایل و ارزش‌های اسلامی و انسانی را در جامعه ترویج نماید.

فهرست

چکیده گزارش	۲
-------------------	---

فصل اول

چشم انداز، فعالیت‌های مأموریت و اهداف رسانه	۶
الف - چشم انداز، اهداف و مأموریت‌ها	۷
ب - قوانین مربوط به رسانه	۸
ج - رسانه چیست؟	۱۵
د - تاریخچه شکل‌گیری روزنامه استانی همشهری و فعالیت‌های گروه‌های تولیدی فرهنگی و هنری تحریریه	۲۲

فصل دوم

الف - اهم فعالیت‌های انجام شده در گروه مجلات همشهری	۲۸
ب - عناوین کتاب‌های چاپ شده ضمیمه روزنامه همشهری	۳۳
ج - فعالیت‌های اداره کل روابط عمومی و امور بین‌الملل شهرداری تهران در زمینه تولید و انتشار رسانه‌های مکتوب	۳۷

فصل سوم

الف - ایجاد سامانه‌های خبری	۴۰
ب - پرتال اینترنتی شهرداری تهران	۴۱
ج - سازمان زیبا سازی	۴۳
د - فعالیت‌ها اداره کل فرهنگی در حوزه رسانه مجازی	۴۸
ذ - فعالیت‌های سازمان فرهنگی هنری	۵۰

ر - فعالیت‌های اداره کل روابط عمومی و امور بین‌الملل در حوزه رسانه مجازی	۵۱
--	----

فصل چهارم

رسانه‌های سمعی بصری	۵۴
ب - فعالیت‌های اداره کل روابط عمومی و امور بین‌الملل در حوزه رسانه‌های سمعی و بصری	۶۰
۱ - معاونت ارتباطات اداره کل روابط عمومی و امور بین‌الملل	۶۱
۲ - معاونت اجرایی و امور فرهنگی	۷۷
۳ - معاونت ارتباطات اداره کل روابط عمومی و امور بین‌الملل	
شهرداری تهران	۹۱
فعالیت‌های سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران در حوزه رسانه‌های سمعی و بصری	۱۰۰
منابع	۱۵۸



مقام معظم رهبری:

رسانه‌ی ملی، در مدیریت و هدایت فکر و فرهنگ و روحیه اخلاق رفتاری جامعه، نقشی بسیار تعیین کننده دارد. ارتقاء معرفت دینی روشن بینانه، ترویج رفتار دینی مخلصانه، ریشه‌دار کردن شناخت و باور مردم به ارزش‌ها و مبانی اصیل انقلاب باید جزو اهداف کلان رسانه‌ی ما باشد.

از وظایف رسانه ملی زنده نگه داشتن دغدغه عدالت، تقویت نهضت بیداری اسلامی در جهان اسلام، زمینه سازی برای مشارکت عمومی در مسائل مختلف است.



دکتر محمدباقر قالیباف، شهردار تهران:

رسانه دارای دو وجه است؛ یکی رسانه بهترین نقش را در
بسترسازی آموزش شهروندی دارد و دیگری تاثیرگذاری آن در
دنایای امروز که در حال پیشرفت تکنولوژی است.

رسانه ملی باید بتواند اعتماد ملی را جلب کند و مهم‌ترین
دستگاهی باشد که اطلاع‌رسانی، آگاهی و فرهنگ جامعه را ارتقا

دهد.



مقدمه

در روزگار گذار از سنت به سوی مدرنیته، رسانه‌ها نقش تعیین‌کننده و اثرگذاری در روزآمد نمودن اطلاعات عمومی، ارتقاء سطح آگاهی‌های اجتماعی - هدایت افکار عمومی، ارزیابی و نظارت بر مجموعه مدیریت اجرایی را عهده‌دار هستند، از این رو سامان‌دهی انواع رسانه‌های موجود و بهره‌برداری مطلوب از ظرفیت‌های بالفعل و بالقوه آن برای مدیریت شهری در راستای اداره امور شهر حائز اهمیت بسیار می‌باشد از طرفی ایجاد بستر مناسب به‌منظور جلب مشارکت فعال و تعامل دوسویه با فرد فرد شهروندان و هم‌چنین تشکل‌های مردم نهاد و فعال در جامعه شهری از طریق استفاده از ابزارهای متنوع رسانه‌ای، بالندگی مدیریت شهری را به مرز شکوفایی می‌رساند و در نتیجه ضمن اطلاع‌رسانی مفید و مستمر از سیاست‌ها، برنامه‌ها و اهداف شهرداری، این انعکاس صحیح اخبار فعالیت‌ها و اقدامات انجام شده زمینه‌ای را به‌وجود می‌آورد تا ضمن دریافت نظرات و ایده‌ها، مطالبات و به‌ویژه نقدهای دلسوزانه و کارساز شهروندان را در جای خود و به‌موقع مورد توجه قرار دهیم. برخلاف روال معمول که رسانه‌ها نوعاً بخشی از ظرفیت خود را به انعکاس پیام‌های مردمی اختصاص داده و در بسیاری از موارد بهره‌برداری لازم را نیز از آن به‌عمل نمی‌آورند.

از جمله فعالیت‌های گسترده و متنوع بخش رسانه‌ی شهرداری، انتشار روزنامه و مجلات، هفته‌نامه و ماهنامه در قالب مؤسسه



همشهری «که طیفی بسیار متنوع و گسترده داشته» راه‌اندازی سامانه تلفنی ارتباط مردمی (۱۳۷) و سامانه نظارت همگانی (۱۸۸۸) ایجاد سامانه‌های خبری، سامانه مدیریت ارتباطات شهرداری تهران (سما) پرتابل داخلی شهرداری، پرتابل اینترنتی مناطق ۲۲گانه، راه‌اندازی استودیو صدای شهر، انجام تبلیغات محیطی شهری، تهیه و توزیع بسته‌های فرهنگی تعاملات جاری با کلان‌شهرها و تعاملات بین‌المللی، سایت همشهری آنلاین خبرنامه داخلی همگامان، انتشار ویژه‌نامه‌های موضوعی و مناسبتی در غالب ضمائم روزنامه، را می‌توان نام برد.

گزارش حاضر در حدامکان در بردارنده اقدامات شهرداری تهران در مقطع زمانی مهرماه ۱۳۸۴ لغایت سال ۱۳۸۸ در حوزه رسانه است که به‌منظور ارائه به حضور شهروندان محترم و اصحاب فرهیخته رسانه و صاحب‌نظران محترم و جلب نظرات کارشناسی و نقدهای مشفقانه آنان تهیه و تنظیم شده است. امید که مرضی حق تعالی قرار گرفته و نتایج موردنظر نسبت به آن حاصل شود.

سید محمد هادی ایازی

معاون امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران