



تجربه نگاری رسانه، عقیق

رضا صادی

صاحب امتیاز و مدیر مسئول پایگاه اطلاع رسانی عقیق

عقیق به عنوان رسانه هیأت خود را به عنوان یک برند شناخت و مبتنی بر چنین شناختی در هر مدیای نوینی تلاش نمود جای خود را بیابد. در این تلاش، اتاق فکر دو سویه تشکیل شد. در یک سو اهالی هیأت و در سوی دیگر اساتید روزنامه نگاری قرار داشتند که خروجی مشترک این دو، در عقیق تجلی یافت. اگرچه رسانه و هیأت در مسئله جذب مخاطب با یکدیگر اشتراک دارند؛ اما عقیق سعی دارد رسانه را به عنوان مکمل و فرع بر محتوای هیأت به رسمیت شناسد. در این شناخت، هیأت هم چون معدن تولید محتوا و رسانه هم چون فرآورنده محتوا عمل می‌کند.