

فرمانده کل قوا در دیدار حضوری با اعضای ستاد ملی مقابله با کرونا، بر لزوم اتخاذ تصمیم‌های قاطع و حاکمیتی در مبارزه با این بیماری تأکید کردند

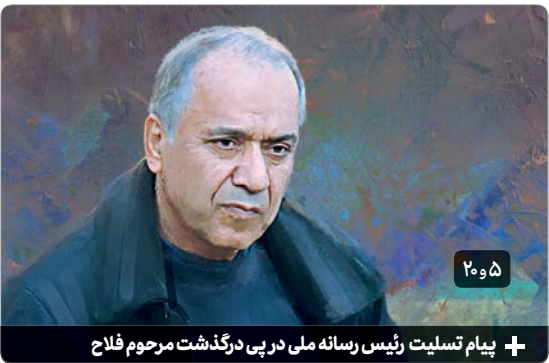
نقشه راهبردی برای مهار کرونا

۱۸۵۲

ویژه‌ها

هنرمندان در گفت‌وگو با جام جم
از ویژگی‌های زنده‌یاد محمود فلاح گفتند

آرامشی که ابدی شد



پیام تسلیت رئیس رسانه ملی در پی درگذشت مرحوم فلاح

جزئیات درگیری با دختر جوان در آبادان، مرگ یک متهم
در مشهد و تیراندازی پلیس اسفرااین به متهم فراری

۳ روایت از ۳ حادثه

۱۹

آخرین وضعیت نظرسنجی‌های انتخاباتی در ایالات حساس
آمریکا نشان‌دهنده رقابت نزدیک بایدن-ترامپ است

ماراتن ۲۰۲۰ را چه کسی می‌برد؟

تحلیل و بررسی آرای شهروندان آمریکایی در ایالات خاکستری، چندان آسان به نظر نمی‌رسد. ساکنان برخی از این ایالات، مانند میشیگان زمینه‌گرایش بیشتری به دموکرات‌ها دارند، اما لزوماً رأی آنها متعلق به دموکرات‌ها نیست. به‌عنوان مثال، ترامپ سال ۲۰۱۶ توانست در ایالت میشیگان، هیلاری کلینتون را با اختلاف کمتر از یک درصد شکست دهد. ساکنان برخی ایالات خاکستری مانند آریزونا نیز گرایش بیشتری به جمهوریخواهان دارند، اما لزوماً رأی آنها متعلق به این حزب نیست. طی ماه‌های اخیر، منازعه شدید بایدن و ترامپ بر سر این ایالات و پیروزی در آنها ادامه داشته است. از سوی دیگر، طی روزهای اخیر فاصله دو نامزد رقیب (بایدن-ترامپ) در برخی ایالات خاکستری به اندازه‌ای افزایش نیافته که بتوان پیروزی یا شکست یکی از آنها را در این ایالات قطعی دانست...

۸

گفت‌وگو با علی اصغر عزتی‌پاک
نویسنده‌ی رمان «تشریف» پس از انتشار این کتاب

ادبیات، تأمین اجتماعی نیست!

۱۰



گفت‌وگو با عوامل و بازیگران «نحلا» درباره متن و حاشیه این سریال
قصه نا تمام «نحلا»

عکس: سیدمیر ۶۰۷

یادداشت

الزامات اقناع افکار عمومی

و عقاید مشترکی که آنها را یکی می‌سازد، وجود داشته باشد. اقناع‌کننده صدایی است از بیرون که باید با زبان اقناع‌شوندگان صحبت کند. همچنین اقناع باید پیامی از همنوایی و همراهی داشته باشد.

۴- هر ارتباطی که بخواهد اقناعی باشد، لاجرم ابتدا باید مورد توجه قرار گرفته و فهمیده شود.

۵- هر ارتباط اقناعی شامل دو فرآیند متمایز، اما تقریباً همزمان است، یکی کوشش برای متقاعدسازی که ناظر به فعالیت‌های مقام یا نهاد تصمیم‌گیر است و دیگری فرآیندی به نام متقاعد شدن که طی آن مخاطب به دنبال پردازش درونی اطلاعات، تغییر نگرش می‌دهد و ارزیابی‌های جدیدی را نسبت به موضوع پیام بنا می‌نهد. ۶- اقناع و تحمیل به قدری درون یکدیگر ترکیب شده‌اند که به نظر نمی‌رسد به راحتی بتوان آن دو را از هم متمایز کرد. یکی از راه‌هایی که صاحب‌نظران ارتباطی به عنوان یک تمایز روان‌شناختی مطرح کرده‌اند، این است که اگر گیرنده یک ارتباط در انتخاب خود احساس آزادی کند، در این فرآیند اقناع بیشتر از تحمیل به نظر می‌رسد.

۷- یک اقناع‌کننده مؤثر، هدف را تا جایی که می‌شود واضح بیان می‌کند تا منجر به تغییر نگرش یا رفتار مخاطب شود. اگر نتیجه به صورت واضح بیان شود، احتمال دستیابی به پاسخ‌های مطلوب از جانب مخاطبان به میزان قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌یابد.

۸- هرچه مخاطب برای پیام‌دهنده ارزش بیشتری قائل باشد، بیشتر احتمال دارد که با پیام‌وی متقاعد شود و همراهی کند. اعتبار پیام‌دهنده، یعنی درجه مورد قبول بودن او، وابسته به میزان تخصص وی در موضوع بحث است و نیز بستگی به این دارد که آیا وی قابل اعتماد و بی‌غرض به نظر می‌آید یا خیر.

۹- معمولاً تصمیم‌گیران فرض را بر این می‌گذارند که اقناع‌شوندگان (مخاطبان) در مورد جنبه‌های دیگر یک مسأله مورد بحث اطلاعات کافی دارند، لذا از تعامل با افکار عمومی و گفت‌وگوی فراگیر با مخاطبان پرهیز می‌کنند. این در حالی است که بسیاری از برنامه‌های کلان اجرایی که با شکست یا پس زدن افکار عمومی مواجه می‌شود، ناشی از عدم اطلاع مخاطبان از ابعاد مهم و اساسی موضوع مورد بحث است.

۱۰- در متقاعدسازی، دو طرف باید منظومه شناختی یا حوزه معنایی را هم بشناسند. اگر بتوان خواسته‌های مخاطب را به درستی دریافت، در این صورت با کشف این حوزه ارتباط معنایی مخاطب، زمینه‌های گفت‌وگو شکل خواهد گرفت. حقیقت این است ارتباط موفق و مؤثر، ارتباطی است که نتیجه دلخواه یعنی اقناع را به دنبال داشته باشد. در این صورت حتی می‌توانیم از آن با عنوان ارتباط متعالی یاد کنیم. یعنی پیامی فرستاده می‌شود و مخاطبان با دریافت این پیام آن را عمیقاً می‌پذیرند. در این شرایط است که می‌توان گفت گیرنده پیام با مخاطب اقناع شده است.

نیازمندی استانی قم، اصفهان البرز و کرمانشاه

ضمیمه رایگان امروز

بازار

مزایده عمومی فروش املاک

در پاییز ۹۹

شرح در صفحات ۴ و ۱۷

درنگ

در نقد، اسیر هواهای نفسانی نشویم

تخریب و انتقاد در تعریف ماهیت و معنا با هم متفاوت هستند. به عبارتی، راه نقد از تخریب جداسـت، چراکه نقدکردن ملزومات و شرایطی دارد که یک منتقد باید به علم و تخصص آن مجهز باشد.

در نقد منصفانه و سازنده باید زوایای مثبت و منفی هر موضوعی را مورد بحث و بررسی قرار دهیم. در این نوع از نقد نباید اسیر هواهای نفسانی، وابستگی گروهی و جناحی شویم. به عنوان مثال اگر در موضوع معیشتی و

اقتصادی اشکالاتی را به دولت وارد می‌دانیم باید دلایل آن را مطرح کنیم و بپرسیم چرا در مدت کوتاه چند ماهه، قیمت ارز سه برابر شده و قیمت سکه و طلا بیش از سه برابر شده است. در این خصوص نباید به صورت تخریبی کار کنیم. بلکه در نقد منصفانه باید بگوییم برخی از مشکلات به دلیل سیاست‌های غلط مدیران ارشد و ناکارآمدی آنهاست. اما در عین حال نباید توهین کنیم و بیانات سخنی به کار ببریم. بنابراین قطعاً باید انتقاد و نقد سازنده وجود داشته باشد که البته با تخریب و دشنام و بدگویی متفاوت است. باید بدانیم دشنام دادن، گره‌ای از مشکلات کشور باز نمی‌کند، بنابراین در انتقاد منصفانه ضمن حفظ شخصیت فردی و کرامت انسانی راهکاری نیز ارائه می‌شود و انتقاد سازنده، عالمانه و همراه با ارائه راهکار است و نه دشنام دادن. در ضمن با توجه به آنچه مکتب و فرهنگ اسلامی-ایرانی ما نیز بر آن تأکید دارد دشنام دادن را جایز نمی‌دانیم مگر این که از اصول عدول کرده باشد. شبیه برخی از سران خائن کشورهایی که پایبند به اسلام نیستند. توجه و تأکید به رعایت موازین شرعی و دینی از دستورات الهی ماست و همین موضوع وجه تمایز مهم نظام اسلامی با نظام‌های غیراسلامی است.

از سوی دیگر باید در نظر داشته باشیم در شرایط فعلی و با توجه به فشارهایی که بر کشور وارد است، نیازمند انسجام ملی و وحدت و یکپارچگی هستیم. البته حفظ این وحدت به معنای سکوت منتقدان نیست و این موضوع هیچ تناقضی با بیان انتقادات منصفانه و راهگشا ندارد. به عنوان مثال همان طور که طی این مدت بارها در رسانه‌ها اعلام شده ضرورت دارد دولت در مورد کرونا اقدامات جدی داشته باشد، چراکه با توجیه و خواهش نمی‌توان با این بیماری مقابله کرد و باید در جاهایی مقرراتی سختگیرانه اعمال شود.



محمد مهدی زاهدی

نماینده مجلس

باز گشت همه به سوی اوست

سرپرست محترم روزنامه جام جم استان اصفهان
سرکار خانم مقصی

باقی آکنده از غم و اندوه در گذشت همسر گرامیتان (آقای علیرزاده)، از پیشکسوتان مطبوعات کشور و استان اصفهان را خدمت شما و خاندان علیزاده و بازماندگان آن مرحوم تسلیت و تعزیت عرض نموده و از خداوند متعال برای آن مرحوم علو درجات و رحمت الهی خواستاریم.

روزنامه جام جم

دیدگاه

در سوگ شناسنامه رسانه ملی

محمود فلاح را می‌توان نماد فعالیت یک نیروی مخلص و متعهد به یک سازمان فرهنگی معرفی کرد.

فلاح تقریباً از اوایل تأسیس رادیو و تلویزیون یعنی حدود سال ۴۷ به کاروان کارمندان صدا و سیما اضافه شد و از همان موقع آن قدر تعصب به سازمانی که در آن کار می‌کرد داشت که پله‌های ترقی را کاملاً منطقی و بدون رانت و حمایت خاص طی کرد.

نکته دیگری که محمود فلاح داشت، این بود که حواسش به محیط پیرامونی بود و تحولات را دنبال می‌کرد. این طور نبود که صبح به محل کار برود و شب به خانه برگردد. به دلیل داشتن همین خصلت بود که در سال ۵۷ و همزمان با روند شکل‌گیری انقلاب اسلامی، کار جالبی می‌کند و تمام اوجدهای سیار را در روز ۱۲ بهمن به شکل کاملاً مخفی و با مسؤولیت خودش، به بیرون از صدا و سیما می‌فرستد تا بتواند بازگشت شکوهمندانه امام خمینی (ره) را به خوبی رسانه‌ای ابدهد. این مسأله از آنجا خیلی پیچیده است که محمود فلاح وقتی این تصمیم را گرفت که هیچ‌کس از عاقبت انقلاب و جریاناتی که در حال رخ دادن بود، اطلاعی نداشت. بنابراین یک ریسک خیلی بزرگ را انجام می‌دهد و البته نتیجه بزرگی هم می‌گیرد؛ تصاویر نابی که از روز ورود امام راحل (ره) به کشور داریم، نتیجه همان اقدام محمود فلاح است. بعد از انقلاب هم فلاح همچنان در صدا و سیما به ادامه خدمت پرداخت و حسن شهرتی که داشت، باعث شد مدیریت بخش تولید سازمان به او سپرده شود و او هم در این مسؤولیت هیچ ابایی از ارسال دوربین‌های گرانقیمت صدا و سیما به جبهه‌ها، برای ثبت و ضبط رشادت‌های رزمندگان اسلام نداشت و اگر فلاح و امثال او پشتیبانی فنی نمی‌کردند، بعید بود امثال شهید آوینی بتوانند آن لحظات ناب را از دفاع مقدس ثبت و ضبط کنند.

فلاح بعد از بازنشستگی هم می‌توانست به استراحت بپردازد، اما همچنان به کار خود در سازمان ادامه می‌دهد و فعالیتش را این بار در قالب تهیه‌کننده پیش می‌برد و سریال بزرگ مختارنامه که خیلی‌ها جرات تهیه‌کنندگی آن را نداشتند، برعهده گرفت و در روز همین مسؤولیت‌پذیری بود که چند بار در طول ضبط مختارنامه به دلیل فشار کار، سکنه قلبی کرد و مشکلات جسمی عیدیه‌ای برایش رخ داد. در سازمان صدا و سیما نیز با این که خیلی‌ها او را ندیده‌اند، اما از دوره مدیریت او به عنوان یکی از دوران درخشان یاد می‌کنند.

توفیق این را داشتیم که ۲۴ شهریور امسال، یعنی در سالگرد استخدام فلاح در صدا و سیما، همزمان او باشم و به‌رغم مشکلات جسمی عیدیه‌ای که داشت، خاطرات دوران مدیریتش را به شکل شفافی به یاد داشت و جزئیات خوبی را بیان کرد. صدا و سیما کوهی از تجربه، خاطره و عزت نفس را از دست داد و به خاک سپرد.



احسان ناظم‌پاکانی

کارشناس رسانه

سرپرست محترم روزنامه جام جم استان اصفهان
سرکار خانم مقصی

درگذشت همسر گرامیتان را تسلیت عرض کرده و برای آن مرحوم علودر جات و برای بازماندگان صبر و اجر مسألت داریم.

سازمان آگهی و توزیع روزنامه جام جم