در «کلیک» بخوانید:
تولد ۱۲ سالگی اندروید

رضا قوچان‌نژاد دیگر نمی‌خواهد فوتبال بازی کند
ستاره بود، ستاره ماند

جام جم
روزنامه فرهنگی، اجتماعی صبح ایران
www.jamejamdaily.ir

یکشنبه ۲۵ مهر ۱۴۰۰ | ۱۰ ربیع‌الاول ۱۴۴۳ | ۲۰ صفحه | سال بیست و دوم - شماره ۶۰۵۶ | استان تهران و البرز ۳۰۰۰ تومان - دیگر استان‌ها ۲۰۰۰ تومان | Sunday - October 17, 2021

۴

با وجود گستردگی واکسیناسیون در کشور اما غفلت از رعایت پروتکل‌های بهداشتی می‌تواند بار دیگر باعث طغیان کرونا شود

۱۳ باور غلط که ما را به پیک ششم می‌رساند

۱۸

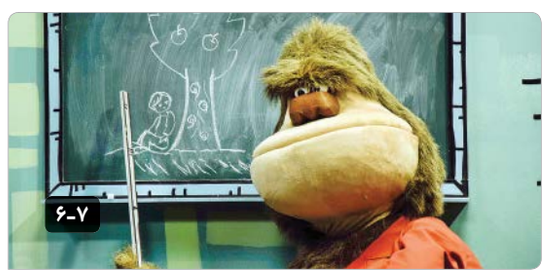
سه‌گانه ناکامی

چرا «مردم معمولی»، «قبله عالم» و «میدان سرخ» تبدیل به پروژه‌هایی شکست خورده شدند؟

طرح: جام جم | ۱۱-۱۰ |

گزارشی از پشت صحنه مجموعه «شبکه کوچک» همراه گفت‌وگو با عوامل آن

قصه‌های یک شبکه جادویی



۶-۷

دلایل مخالفت عده‌ای با تصویب طرح تسهیل صدور مجوزهای کسب‌وکار چیست؟

پایان دوران انحصارطلبی وکلا

اواخر شهریور بود که طرح تسهیل صدور مجوزهای کسب و کار در مجلس به رای گذاشته شد و کلیات آن به تصویب رسید. در اوایل مهر، صدای منتقدان به این طرح بلند شد و اعلام کردند تصویب این قانون، هزینه‌ها را برای آموزش نیروی انسانی افزایش می‌دهد. اما طراحان اصلی این طرح می‌گویند این موضوع ارتباطی با هزینه آموزش ندارد و کارآموزان وکالت خودشان هزینه ادواری که در آن شرکت می‌کنند را باید بپردازند. درست در حالی که طرح تسهیل صدور مجوز کسب و کار مراحل نهایی خود را طی می‌کند، خبر شفاف نبودن اموال مسؤولان مهم می‌شود، به طوری که گویی طرح قبلی اصلا وجود خارجی نداشته است...

۳

گفت‌وگو با پروفسور نوام چامسکی جامعه‌شناس نظریه‌پرداز و تحلیلگر برجسته آمریکایی

ادامه بازی آمریکا در افغانستان

۸

دکتر جبلی، رئیس رسانه ملی با حجت‌الاسلام رئیسی رئیس‌جمهور دیدار کرد

هم‌افزایی برای امیدآفرینی

۱

پس از ۲ بار لغو اجرای حکم اعدام، تلاش‌ها برای جلب رضایت خانواده غزاله ادامه دارد

بیم و امید «آرمان» در زندان

۱۹

یادداشت

جریان‌سازی مخاطب، سرمایه و پیشران رسانه

علیرضا حبیبی
مدیر شبکه رادیویی فرهنگ

امروز دیگر اطلاعات و نیازها از طریق رسانه‌های مختلف به خانه‌ها و محیط‌های فردی و تلفن‌های شخصی راه یافته و در یک لحظه می‌تواند در اختیار همه مردم یک شهر، کشور و جهان قرار گیرد. زمان و مکان را تسخیر کند و مرزهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ملی را در نوردد. در واقع افکار عمومی، سرنوشت خود را به دست رسانه‌ها سپرده‌اند. گویی از این پس این رسانه‌ها هستند که نقش منعکس‌کننده، تقویت‌کننده ومنفعل‌کننده افکار عمومی را به عهده دارند.

امروزه بی‌اعتنایی به نیازهای واقعی و دغدغه‌های مردم، عامل موثر بر وارونگی افکار عمومی نسبت به رسانه‌هاست. سلب اعتماد مخاطب نسبت به منبع ارسال پیام یا بسترهای ارتباطی، اثرگذاری رسانه‌های رقیب خارجی بر جهت‌دهی افکار مخاطبان، ضعف عملکرد نظام اطلاع‌رسانی، ساختار و رویکرد سنتی و انفعالی رسانه‌های رسمی در مواجهه با مخاطب، تجارب گذشته و تصورات ذهنی غالب در مخاطبان، فساد و تبعیض موجود در سیستم‌ها، ضعف ناشی از بی‌توجهی به ظرفیت‌های اقناعی، احساس شفاف نبودن از سوی مخاطب، ضعف عملکرد مدیران و سیاستگذاری‌های غلط و وجود شکاف در اجتماع، مهم‌ترین علل و زمینه‌های مؤثر بر بروز این پدیده به شمار می‌روند. در واقع تخلیه، تحلیه و تجلیه در مخاطب از سوی برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان رسانه‌ها با نگاهی چند ساحتی، فرآیندی و تعاملی ضروری است.

تعیین جایگاه مخاطب در فرآیند ارتباط محور رسانه‌ها اصلی حیاتی و بازتاب این واقعیت است که شناخت مخاطب خارج از الگوهای ارتباطی که در واقع فضا و محیط فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و... او را تعریف می‌کنند، بدون توجه به خواسته‌ها و نیازهای مخاطب، رسانه را در اجرای ماموریت‌های اصلی خود موفق نخواهد کرد. از مخاطب و جایگاه وی در فرآیند ارتباط نمی‌توان تعریفی به دست آورد، بدون آن‌که به اعتبار، ظرفیت واقعی و فناوری‌های مورد استفاده برای ارائه پیام توجه کرد. به دلیل تکثر منابع پیام در عصر حاضر، شناخت مخاطب خارج از چارچوب ارتباطات بین‌المللی و فضای رسانه‌های فراملی به برداشت‌های غیرواقع‌بینانه منجر خواهد شد. به طور کلی می‌توان گفت در هر نظام یا الگوی ارتباطی، مخاطب یک شاخص کلیدی برای درک و توضیح موفقیت و عدم موفقیت یک سیاست یا رسانه است.

در دو حوزه کلی یعنی شناخت مخاطب در ارتباط با رسانه و شناخت مخاطب در ارتباط با برنامه‌ها و اهداف آنها و شناخت ارتباط نظام ارزشی جامعه و مخاطب باید بازطراحی شود. تغییردرمفهوم وویژگی‌های مخاطب، لزوماتغییر در دیدگاه‌های پژوهشگران عرصه‌های ارتباطی را طلب می‌کند و طبعا بر شیوه‌های ارزیابی مخاطب نیز تغییرات قابل توجهی را موجب می‌شود. دیدگاه مسلط در شناخت مخاطب بررسی کیفی آن و رضامندی مخاطب و... مبتنی بر تلقی از مخاطب به عنوان فردی پویا و فعال است. در جهان امروز، ارتباطات، مردم سراسر جهان را نسبت به وضع خود حساس و تاثیرپذیر کرده است. اکنون همه مردم آمادگی بیشتری برای تغییرپذیری دارند و رسانه‌های همگانی و وسایل ارتباط بین‌المللی هرکدام به نحوی دنیای جدید و متفاوتی در برابر دیدگان و افکار عمومی می‌گشایند.

جلب اعتماد مخاطب در مرحله اول ضروری‌تر از خود رسانه است؛ البته به این معنا نیست که از توسعه رسانه و پیشرفت‌های جدید دنیا در خصوص توزیع رسانه عقب بمانیم. چون ماهواره که آمد توزیع رسانه به نوعی اغنا شد، ولی با حضور پیام رسان‌های مختلف که روزبه‌روز در حال افزایش و دسترسی آسان است کار رسانه سنتی و وابسته به مخاطب بسیار دشوار خواهد بود. آن وقت رسانه می‌ماند و مخاطبی که پرورش داده است. نفس رسانه با مخاطب معنا پیدا می‌کند. اگر رسانه باشد ولی مخاطبی نباشد که به آن گوش دهد و پیام آن را دریافت کند، چه فایده‌ای دارد؟ رسانه باید مخاطب فعال تربیت کند که در توسعه و توزیع رسانه به او کمک کند. رسانه مانند پیکره و کالبدی است که اعتماد، قلب تپنده آن است. توسعه و توزیع رسانه در سرعت خبری و رسانه‌ای بسیار مهم و ضروری است و نمی‌توان این را نادیده گرفت و همین موضوع هم در راستای جلب اعتماد مخاطب است.

یادداشت

آفات قبیله‌گرایی سیاسی و خانوادگی

مجتبی یوسفی
عضو هیات رئیسه مجلس

رأی پرونده تخلفات ارزی بانک مرکزی صادر شد و با حکم دادگاه، ولی‌ا... سیف، رئیس اسبق بانک مرکزی به تحمل ۱۰ سال، احمد عراقچی به ۸ سال و سالار آقاخانی به ۱۳ سال حبس محکوم شدند. یکی از نکاتی که بسیاری از دلسوزان مردم طی سال‌های گذشته تذکر دادند و متاسفانه از سوی مسؤولان دولت پیشین با القابی مانند دلواپسان نواخته شدند، این بود که نباید همه مسائل کشور را به موضوعات سیاسی گره زد. عمده انتقادات ما متوجه عملکرد اقتصادی دولت بود و ربطی به موضوعات سیاسی نداشت. شاهد بودیم با عملکرد اشتباه کسی مثل آقای عراقچی که در خارج از کشور به‌سر می‌برد و هیچ تجربه اجرایی نداشت و هچنین آقای سیف؛ ذخایر ارزی کشور از دست رفت. ذخایر ارزی کشور و صندوق توسعه ملی با این تصمیمات پرخطا دچار آسیب فراوان شد.

البته همه می‌دانیم که عامل اصلی همه این خسارات شخص رئیس‌جمهور وقت بود، چون بر همگان آشکار است که اختیارات رئیس‌کل بانک مرکزی محدود است و آقایان جهانگیری، معاون اول رئیس‌جمهور و روحانی، رئیس‌جمهور بخش عمده مسؤولیت و اختیارات در این زمینه را به عهده داشتند. بنیان ارز ۴۲۰۰ تومانی به صورت یک شبه از سوی آقای جهانگیری گذاشته شد و در پی آن شاهد بودیم که ذخایر کشور با این تصمیم از دست رفت. در دوره آقای بهمنی رئیس پیشین بانک مرکزی با تصمیمی که گرفته شد، ذخایر طلای کشور به دو برابر رسید. این نشان می‌دهد اگر مدیری بخواهد تصمیم درست و بجا بگیرد و بخشی از نگاهش توأم با سوءاستفاده برای اطرافیانش نباشد، می‌تواند از فرصت‌ها استفاده و حتی تهدیدها را هم تبدیل به فرصت کند. اما در دولت تدبیر و امید چنین اتفاقی نیفتاد و شاهد بودیم با تصمیماتی که اتخاذ شد، امروز مشکلات اقتصادی و کاهش ارزش پول ملی گریبانگیر ملت و کشور شده است. واقعیت آن است که انتخاب غلط و در برخی از مواقع تکیه بر آزمون و خطا، برای تصدی برخی از مسؤولیت‌ها و به طور ویژه قبیله‌گرایی سیاسی، مشکلات فراوانی را به‌بار می‌آورد. در دولت پیشین به‌واسطه تسویه‌حساب‌های سیاسی، پیگیری مسائل گروهی و جناحی و همچنین عقبه‌های خانوادگی، از مسیر انتخاب برخی افراد برای بعضی از مناصب می‌گذشت. حضور برادر رئیس جمهور، برادر معاون اول و پسر برادر شخص دوم مذاکره‌کننده هسته‌ای در برخی از مسؤولیت‌ها، ناشی از این طرز تفکر بود. خیلی ساده‌انگارانه خواهد بود که ما بین این موارد رابطه‌ای نبینیم و ندانیم که انتصاب این چهره‌ها برای تصدی مسؤولیت، ناشی از تخصص آنها نیست. این نشان می‌دهد که قبیله‌گرایی‌های سیاسی و خانوادگی، بهترین فرصت‌ها برای خدمت را تبدیل به تهدید می‌کند. فرصت‌ها در دولت قبل با همین طرز نگاه به منفعت‌طلبی تبدیل شد. گرچه برخی از این افراد درگیر محکومیت‌های قضایی شدند، اما امروز بی‌ارزش شدن پول ملی و خسارات مربوط به از دست رفتن ذخایر ملی با کدام محکومیت‌های مالی و جزایی قابل جبران است؟

یادداشت

چرا پیک ششم در راه است؟

حمید سوری
اپیدمیولوژیست

وقوع پیک ششم بیماری کرونا، اتفاقی محتمل است که درصد احتمالش کاملا به رفتار ما بستگی دارد. فراگیری هر پیک تابع شرایطی است که می‌توانیم آن را در سه گروه دسته‌بندی کنیم. دسته اول، نظارت بر ویژگی‌هایی است که در ژنتیک ویروس ایجاد می‌شود. دسته دوم مربوط به ویژگی‌هایی است که بر اساس مدیریت اپیدمی و طبق نظر دولتمردان رخ می‌دهد و دسته آخر هم شرایطی است که رفتار مردم آن را تعیین می‌کند. معمولا پیش از این‌که پیک تازه‌ای شروع شود، علائم و نشانه‌هایی را در وضعیت اپیدمی می‌بینیم؛ نشانه‌هایی که در هر سه دسته می‌توانند جای داشته باشند. یکی از این نشانه‌ها، اجتماعات مدیریت‌نشده یا سفرهای غیرضروری مردم است که در دسته سوم جای می‌گیرد؛ اتفاقی که به نظر می‌رسد با تکیه بر واکسینه شدن بخش قابل‌توجهی از مردم در حال رخ دادن است و برخی با عادی‌انگاری شرایط به این قبیل رفتارها روی آورده‌اند. این در حالی است که بارها از سوی متخصصان توصیه شده که تزریق واکسن نمی‌تواند مانعی صد درصدی برای مقابله با این بیماری باشد و لازم است تا افراد واکسینه‌شده همچنان پروتکل‌های بهداشتی را رعایت کنند.

انحراف در مدیریت اپیدمی توسط مسؤولان هم یکی دیگر از نشانه‌هایی است که می‌تواند احتمال وقوع پیک ششم را بالا ببرد. برای مثال در حال حاضر ما به طور جدی، واریانت ویروس را غربالگری ورصد نمی‌کنیم، آنقدر که به نظر می‌رسد در شرایط فعلی، اطلاع دقیقی از این‌که کدام واریانت در کشور حاکم است در اختیار نداریم. در واقع هم اکنون با این‌که از پوشش مناسب واکسیناسیون خوشحال هستیم باید بدانیم هنوز تا رسیدن به وضعیت مطلوب فاصله زیادی داریم. از سوی دیگر، در حالی که یکی از روش‌های موثر برای کنترل ویروس کرونا، اعزام تیم‌های واکنش سریع به مناطق درگیر بیماری و اقدامات پیشگیرانه برای جلوگیری از طغیان کرونا در دیگر مناطق کشور است، متاسفانه کمیته واکنش سریع چند هفته‌ای است که منحل شده و در حال حاضر چنین امکانی در اختیار نداریم. ضمن این‌که در روند مدیریتی، ارزیابی درستی هم از وجود خطر در رنگ‌بندی‌های شهرها از جانب مسؤولان وجود ندارد؛ موضوعی که باعث می‌شود قضاوت مردم درباره شرایط موجود را به انحراف بکشد. در واقع این قبیل سهل‌انگاری‌ها می‌تواند احتمال وقوع پیک جدید را بالا ببرد. بدیهی است همه ما علاقه‌مند به بازگشت به زندگی عادی هستیم، ولی نباید در رسیدن به آن تعجیل کنیم تا جایی که موقعیت فعلی‌مان را هم از دست بدهیم؛ چراکه هر اقدامی مانند بازگشایی عجولانه مدارس می‌تواند چرخش ویروس را گسترش بدهد و به احتمال وقوع پیک جدید دامن بزند.

در نهایت گفتنی است اگر نسبت به اصلاح سه عامل یادشده یعنی توجه به تغییرات ویروس، نحوه مدیریت و در نهایت، رفتار افراد جامعه توجه ویژه‌ای داشته باشیم، می‌توانیم رخداد پیک ششم را به تاخیر بیندازیم یا حتی از وقوع آن جلوگیری کنیم.

خبر

دیدار رئیس رسانه ملی با رئیس جمهور

هم‌افزایی برای امیدآفرینی

دکتر پیمان جبلی، رئیس رسانه ملی دیروز با حجت‌الاسلام سیدابراهیم رئیسی، رئیس جمهور دیدار و گفت‌وگو کرد. به گزارش روابط عمومی رسانه ملی و به نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی ریاست جمهوری، رئیس جمهور در این دیدار با اشاره به نقش مهم صداوسیما به‌عنوان رسانه ملی در تبیین مسائل و مشکلات مردم و بیان دیدگاه‌های مسؤولان کشور گفت: صداوسیما باید پل ارتباطی بین دولت و دیگر مسؤولان کشور با مردم باشد. آقای رئیسی با تاکید بر توجه به سه مقوله دقت، سرعت و صداقت در امر اطلاع‌رسانی و تبیین اقدامات، دستاوردها و عملکرد مدیران و مسؤولان کشور افزود: نتیجه این عملکرد و همکاری مشترک دولت و صداوسیما باید موجب امیدآفرینی بین مردم شود.

اعلام نظرسنجی مرکز تحقیقات صداوسیما

«افرا» با ۴۶ درصد مخاطب پربیننده‌ترین شد

نظرسنجی مرکز تحقیقات درباره سریال‌های سیما در نیمه اول مهر ۱۴۰۰ نشان می‌دهد ۷۹٫۲ درصد مردم بیننده برنامه‌های سیما بوده‌اند و در میان سریال‌های جدیدی که روی آنتن رفته است، مجموعه تلویزیونی «افرا» از شبکه یک با ۴۶ درصد مخاطب و کسب رضایت «در حد زیاد» ۸۲٫۹ درصدی پربیننده‌تر از دیگر مجموعه‌های تلویزیونی در صدر سریال‌های سیما قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، آخرین قسمت «افرا» ۱۸ مهر روی آنتن رفت. بر اساس اعلام مرکز تحقیقات صداوسیما، میزان بیننده سریال «افرا» از حد متوسط سال گذشته مجموعه‌های تلویزیونی سیما و از متوسط ۱۰ سال اخیر شبکه یک بیشتر بوده است. بر اساس این نظرسنجی که از میان افراد ۱۲ سال به بالا و در تهران و ۳۰ شهر دارای مرکز صداوسیما انجام شده، سریال «هم سایه» از شبکه سه با ۲۷٫۶ درصد بیننده و کسب رضایت «در حد زیاد» ۶۹٫۶ درصدی، در رتبه دوم سریال‌های نیمه اول مهر قرار گرفته است. «هم سایه» سریالی است که با موضوع روز و نزدیکی دو ملت ایران و افغانستان از شبکه سه سیما پخش می‌شود. «در کنار پروانه‌ها» از شبکه دو با ۲۰٫۵ درصد بیننده و کسب رضایت «در حد زیاد» ۷۶٫۸ درصدی در جایگاه سوم سریال‌های پربیننده سیما در این ایام قرار گرفته است. در «کنار پروانه‌ها» هم سریالی ۳۱ قسمتی است که ۱۷ مهر آخرین قسمت آن روی آنتن شبکه دو رفت. در میان سریال‌های تکراری، «دلدادگان» که شبکه «آی فیلم» روی آنتن رفته با ۸٫۲ درصد مخاطب صدرنشین شده است. ۲۳ درصد از پاسخگویان غیرتهرانی، سریال‌های تکراری را از «شبکه‌های استانی» تماشا کرده‌اند و ۱۷٫۹ درصد از پاسخگویان هم از طریق اینترنت بیننده تکرار سریال‌های سیما بوده‌اند.

آگهی فراخوان مناقصه عمومی
یک مرحله‌ای همراه با ارزیابی کیفی
«خرید و تحویل ۳،۵۰۰ کیلوگرم کمک ذوب آماده همگن نقره‌دار مورد نیاز آزمایشگاه کارخانه طلای زرشوران»
شرح در صفحه ۳
ZARSHOURAN
شرکت گسترش معادن و صنایع معدنی طلای زرشوران
۱۲۰۶۹۹۵ م الف/۲۴۴۶