۶۷۰۹ یکشنبه ۲۹ بهمن ۱۴۰۲ ■ ۸ شعبان ۱۴۴۵ ■ قیمت در استان تهران و البرز ۵۰۰۰ تومان و دیگر استان‌های کشور ۴۰۰۰ تومان ■ ۲۰ صفحه

جام جم
روزنامه فرهنگی، اجتماعی صبح ایران
+ ضمیمه «کلیک»

«جام جم» از نقش اقتصادی و بازدارندگی صنعت دفاعی ایران گزارش می دهد

اقتدار در میدان سرمایه ایران

۲|«

نگاه «جام جم» به اجماع جریان‌های معاند علیه برنامه موفق شبکه ۳

مخالفان شادی مردم این بار علیه حسینیه معلی

۷|«

گزارش «جام جم» از جنایتی هولناک که ابعاد آن در آینده بیشتر افشا خواهد شد

غزه؛ آزمایشگاه جنایت با هوش مصنوعی

۱۸|«

در مناظره «عصر جام جم» مطرح شد

نگاه سیاسی؛ مانع اصلی تحقق مطالبات زنان

■ سودابه رادفر: تندرو ها دنبال مشارکت حداقلی هستند

■ فاطمه شجاعی: در مجلس قبل یک جاسوس در فراکسیون زنان رفت و آمد می کرد

فیلم مناظره | کلیپ‌ها | تیزر مناظره

۱۵|«

گفت‌وگوی «جام جم» با سردبیر و مجری برنامه انتخاباتی شبکه ۳

من به اضافه یک نفر رای می دهم

۶|«

بیست و چهارمین دوره نمایشگاه رسانه‌های ایران از امروز آغاز می‌شود

به تماشای ویترین رسانه‌های ایران

■ یادداشت مدیر مسئول: لزوم تغییر آرایش رسانه ای جمهوری اسلامی

۱،۲۰|«

«جام جم» از وضعیت بازار مرغ و پیش‌بینی نوروز و ماه مبارک رمضان گزارش می‌دهد

جوجه‌ها را آخر زمستان بشمارید!

۱۳|«

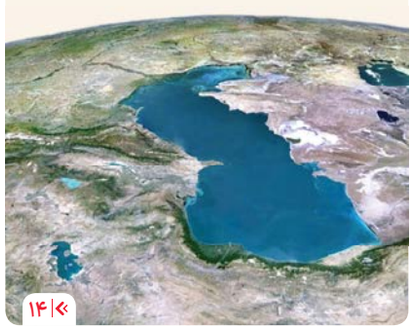
روایت اهالی روستا از قتل ۱۲ نفر از اعضای خانواده به دست مرد جوان

فجیع‌ترین قتل عام خانوادگی

۱۹|«

شایعه علیه خزر برای گرفتن اعتبار

■ بالا و پایین شدن آب دریاچه طبیعی بوده و خشک شدن آن تا ۷۰ سال آینده ادعایی ثابت نشده است



۱۴|«

نگاه

مهدی گیوه کی / مدیر مسئول

لزوم تغییر آرایش رسانه ای جمهوری اسلامی

۱ بیست‌وچهارمین نمایشگاه رسانه‌های ایران که سابق بر این با عنوان نمایشگاه مطبوعات شناخته می‌شد در حالی امروز شروع به کار می‌کند که آخرین دوره این نمایشگاه سال ۹۶ برگزار شده بود. نمایشگاهی که در چند سال آخر خود در آن دوره با استقبال خوبی از جانب رسانه‌ها و مخاطبان مواجه نشد. بد نیست به بهانه این دورهمی رسانه‌ای برخی موضوعات مهم در حوزه رسانه بازتعریف شود.

۲ رسانه مهم‌ترین بستر تهدیدات نرم دشمن در سال‌های پس از انقلاب اسلامی بوده است. در طول ۴۵ سال گذشته همواره جبهه رسانه‌ای علیه ایران گسترش پیدا کرده‌است. رسانه‌هایی که با پول نفت کشورهای منطقه، تأمین مالی شده و با هم‌افزایی سازمان‌های جاسوسی، تغذیه اطلاعاتی و توسط برخی عوامل در داخل تأمین خبری می‌شوند. نقطه کانونی تلاش‌های دشمن در سال‌های گذشته همزمان با برخی جریان‌های داخلی برای اجتماعی‌سازی «بحران دستاورد» در جمهوری اسلامی بوده است و تاحدودی توانسته این انگاره دروغ را در افکار عمومی نیز تثبیت کند.

۳ بعد از گسترش شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان‌ها و تبدیل هر فرد به رسانه، هجمه‌های رسانه‌ای دشمن نیز بیشتر و پیچیده‌تر شده‌است. شاید اولین آزمایش حمله آفندی رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها همزمان با فوت مرتضی پاشایی در سال ۹۳ کلید خورد. آن زمان در بستر پیام‌رسان اسرائیلی «وایبر» فراخوان‌ها زده شد و سیل عظیم جمعیت را روبه‌روی بیمارستان محل فوت وی و پس از آن تشییع وی کشاندند. آخرین مورد این عملیات آفندی رسانه‌ای نیز در پروژه فوت مرحومه مهسا امینی کلید خورد که شاهد جنگ جهانی رسانه‌ای علیه کیان جمهوری اسلامی بودیم.

۴ در جنگ روایت‌ها کسی پیروز است که بتواند روایت خود را از یک ماجرا در اذهان عمومی جا بیندازد. در سال‌های گذشته یکی از تهدیدهای جدی دشمن در عرصه رسانه و خبر، حمله پیش‌دستانه و آفندی آنان بوده است تا جایی‌که رسانه‌های ما بیشتر در برابر این هجمه‌ها مجبور به دفاع بودند آخرین نمونه‌های این حملات آفندی برمی‌گردد به حوادث پاییز ۱۴۰۱ که همان‌طور که پیشتر گفته شد یک جنگ جهانی رسانه‌ای علیه مردم ایران شروع شده بود و مردم و به تبع آن نظام درگیر جنگ شناختی تمام‌عیار بودند. بعدها در یک پیمایش مشخص شد بیش از ۳۸ هزار دروغ توسط پنج رسانه ضدایرانی در ۴۶ روز منتشر شده بود، دروغ‌هایی که هرکدام بر بخشی از افکارعمومی تاثیر می‌گذاشت یا مثلا در ماجرای قصاص فردی به نام نوید افکاری در سال‌های قبل، هرچه را خواستند روایت کردند و قصاص یک قاتل که به درخواست خانواده مقتول و براساس شرع و قانون صورت گرفته را به عنوان اعدام یک فرد بی‌گناه که صرفا مخالف نظام بوده جا زدند و از وی یک قدیس و قهرمان راه آزادی ساختند. در تمام مواردی که شاید ذکر آنها در این نوشته نگنجد جمهوری اسلامی همیشه ظالم و ضدحقوق بشر معرفی شده و عملا جای شهید و جلاد عوض شده‌است.

۵ چه باید کرد؟ رسانه‌های ما اعم از رسمی و غیررسمی و مجازی، سه مورد را باید مدنظر قرار دهند. اول برنامه‌ریزی برای گسترش دایره مخاطب و دوم حرکت در عمق و محتوا با ایده‌های جدید و سوم که شاید از همه مهم‌تر باشد حرکات آفندی است؛ یعنی برنامه‌ریزی برای زدن نقطه ضعف دشمن. رسانه‌های جمهوری اسلامی نباید از فرصت‌های به‌دست‌آمده برای هجمه به دشمن به‌راحتی گذر کنند. با گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در کنار سایر رسانه‌های رسمی باید آرایش رسانه‌ای جمهوری اسلامی در برابر دشمن از حالت پدافندی به حالت آفندی تغییر کند. اگر ما هجمه نکنیم قطعا به ما حمله خواهد شد کما این‌که در سال‌های گذشته بارها این اتفاق رخ داده است.

۶ وظیفه حاکمیت چیست؟ این‌که هر رسانه‌ای در هر سطحی خودش احساس تکلیف کند و در حوزه فعالیتش آرایش آفندی بگیرد در جای خود امر مهمی است ولی در این تغییر آرایش جنگی در حوزه رسانه، مهم‌ترین وظیفه برعهده دولت‌ها و بخش‌های مختلف حاکمیت است. خارج کردن رسانه‌ها از دعواهای حزبی و سیاسی و جلوگیری از تبدیل‌شدن رسانه‌های مختلف به بنگاه‌های پروژه‌بگیر سیاسی ـ اقتصادی یکی از مهم‌ترین اقداماتی است که باید صورت بگیرد. همچنین نداشتن نگاه روابط عمومی به رسانه از سوی دولت‌ها در این چارچوب ارزیابی می‌شود. جدی گرفتن دیپلماسی رسانه‌ای در این آرایش آفندی نقش مهمی دارد، اکنون دوران نگاه سنتی به رسانه کاملا سپری شده‌است، مقابله با تهاجم تبلیغاتی و رسانه‌ای بیگانگان، تصحیح اطلاع‌رسانی غلط یا ناقص یا مغرضانه و ترسیم چهره‌ای مثبت از کشور از جمله موضوعات مرتبط با دیپلماسی رسانه‌ای است. کمک به گسترش رسانه‌های خصوصی در حوزه‌های گوناگون با نگاه به آرایش آفندی و بدون دخالت دولت‌ها در محتوای رسانه و فقط ترسیم خطوط کلی از دیگر وظایف مهم دولت‌های مختلف است. قطعا می‌توان موارد دیگری به وظایف حاکمیت اضافه کرد که در این مقال نمی‌گنجد. رهبر انقلاب در سال ۱۴۰۰ فرمودند: «ما نیز باید در زمینه‌های مختلف از جمله رسانه‌ای، امنیتی و اقتصادی تهاجم ترکیبی کنیم».

فرجام سخن این‌که فرمان تهاجم رسانه‌ای و خروج از انفعال و تغییر آرایش رسانه‌ای مدت‌هاست صادر شده‌است. از رسانه‌ها انتظار می‌رود به‌جای مچ‌گیری و تضعیف جبهه خودی، به ویژه رسانه ملی در خط مقدم رسانه های جبهه انقلاب، توان خود را در جنگ روایت با رسانه‌های جبهه استکبار به کار گیرند و منافع ملی را تحت الشعاع منافع جناحی قرار ندهند.

جام جم

منتظر دیدار شما

در بیست و چهارمین نمایشگاه رسانه های ایران هستیم

بیست و چهارمین نمایشگاه رسانه های ایران

	اعضای تحریریه	گروه	ساعت	اعضای تحریریه	گروه	ساعت	اعضای تحریریه	گروه	ساعت	اعضای تحریریه	گروه	ساعت
یکشنبه ۱۴۰۲/۱۱/۲۹	زهراچیذری	دبیرجامعه‌و چاردیواری	۱۸-۱۴	محمدحسین علی‌اکبری	دبیراقتصاد	۱۸-۱۴	حسین شکیب‌راد	دبیرنوجوانه	۱۸-۱۴	محمودنورایی	دبیرفرهنگ	۱۸-۱۴
دوشنبه ۱۴۰۲/۱۱/۳۰	اعضای تحریریه	گروه	ساعت	اعضای تحریریه	گروه	ساعت	اعضای تحریریه	گروه	ساعت	اعضای تحریریه	گروه	ساعت
	امین‌صبحی	دبیرسیاسی	۱۳-۱۰	رضاپورعالی	دبیرورزش	۱۳-۱۰	نوشین‌مجلسی	دبیررسانه	۱۳-۱۰	حمیدرضاخاتونی	دبیرکلیک	۱۳-۱۰
	زهراچیذری	دبیرجامعه‌و چاردیواری	۱۸-۱۴	محمدرضا هادیلو	دبیرایران	۱۸-۱۴	حسین شکیب‌راد	دبیرنوجوانه	۱۸-۱۴	سیدمجتبی جلال‌زاده	سردبیر جام‌جم‌آنلاین	۱۸-۱۴
سه‌شنبه ۱۴۰۲/۱۲/۱	اعضای تحریریه	گروه	ساعت	اعضای تحریریه	گروه	ساعت	اعضای تحریریه	گروه	ساعت	اعضای تحریریه	گروه	ساعت
	محمدغمخوار	دبیرحوادث‌وتپش	۱۳-۱۰	حمیدرضا خاتونی	دبیرکلیک	۱۳-۱۰	میثم‌رشیدی	دبیرقفسه	۱۳-۱۰	حسین‌شکیب‌راد	دبیرنوجوانه	۱۳-۱۰
	زهراچیذری	دبیرجامعه‌و چاردیواری	۱۸-۱۴	حسین شکیب‌راد	دبیرنوجوانه	۱۸-۱۴	حسین‌رجبیان	دبیررسانه‌های نو	۱۸-۱۴	نوشین‌مجلسی	دبیررسانه	۱۸-۱۴
چهارشنبه ۱۴۰۲/۱۲/۲	اعضای تحریریه	گروه	ساعت	اعضای تحریریه	گروه	ساعت	اعضای تحریریه	گروه	ساعت	اعضای تحریریه	گروه	ساعت
	میثم اسماعیلی	دبیرصفحه‌آخر	۱۳-۱۰	حسین رجبیان	دبیر رسانه‌های‌نو	۱۳-۱۰	حمیدرضا خاتونی	دبیرکلیک	۱۳-۱۰	محمدحسین علی‌اکبری	دبیراقتصاد	۱۳-۱۰
	حسین شکیب‌راد	دبیرنوجوانه	۱۸-۱۴	محمدرضا هادیلو	دبیرایران	۱۸-۱۴	میثم‌رشیدی	دبیرقفسه	۱۸-۱۴	سیدمجتبی جلال‌زاده	سردبیرجام‌جم آنلاین	۱۸-۱۴

زمان: ۲۹ بهمن ماه تا ۲ اسفند ۱۴۰۲

مکان: شبستان مصلای بزرگ امام خمینی تهران، راهروی اصلی

اصلاحیه فروش املاک و مستغلات مزایده شماره ۱۰۷ امداد

با توجه به چاپ آگهی مزایده فروش املاک منطقه تهران مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۲۸ در روزنامه جام‌جم صفحه ۴ در بخش املاک شهریار و کرج، قسمت ردیف ۱۲ و ۱۳ و ۱۴؛ شماره ردیف به ترتیب به ۱۰، ۱۱، ۱۲ تغییر می‌یابد و شماره ردیف کل آگهی از ۱ الی ۱۲ می‌باشد.