روی خط جام‌جم

بزرگان جام جم

جهان مطبوعات در ایران کوچک است، دنیایی که تقریبا همه اهالی نسبت به یکدیگر شناخت دارند. در طی ۲۳ سال گذشته اما بسیاری از بزرگان این عرصه پا به روزنامه جام جم گذاشته‌اند و اگر هم موفقیت احتمالی شامل حال جام جم شده مرهون زحمات بی‌دریغ و تجربهای است که آنها داختیار روزنامه گذاشته‌اند. فهرست نام آنها بلندبالاتر از آن است که در این ستون جمع و جور گنجانده شود اما مرور برخی از نام‌های این افراد در این سیاهه خالی از لطف نیست.

دکتر حسین انتظامی: او به عنوان اولین مدیرمسئول روزنامه جام جم از همان ابتدای آغاز به کار روزنامه عهده‌دار این مسئولیت بود و بعدها در سمت رئیس سازمان سینمایی کشور فعالیت خود را ادامه داد.

مجید رضائیان: اولین سردبیر روزنامه جام جم بود و از او با عنوان یکی بنیان‌گذاران روزنامه نگاری پس از جنگ یاد می‌کنند.

یونس شکرخواه: استاد دانشگاه، روزنامه‌نگار و از متخصصان و مترجمان ایرانیِ دانش ارتباطات است. او را «پدر روزنامه‌نگاری آنلاین ایران» می‌خوانند و در ابتدای دهه هشتاد سردبیر جام‌جم آنلاین بود.

فریدون صدیقی: او ۲۶ سال در کیهان به عنوان خبرنگار، گزارشگر، دبیر گروه، عضو شورای سردبیری و عضو شورای تیتر مشغول کار بود و در میانه‌های دهه هشتاد به عنوان دبیر ضمائم تپش و چاردیواری در جام جم حضور داشت.

حسین قندی: روزنامه‌نگار، استاد رشتهٔ علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی و مدرس روزنامه‌نگاری که ویژه‌ترین مهارت او را در انتخاب تیترهای مناسب برای مطالب مطبوعاتی می‌دانند. او هم در ابتدای دهه ۹۰ به عنوان دبیر خبر در تحریریه جام جم فعالیت می‌کرد.

محمد بلوری: از او به عنوان حوادث‌نویسی روزنامه‌های ایران یاد می‌کنند. محمد بلوری هم در ابتدای دهه ۸۰ و در آغاز انتشار روزنامه جام جم دبیری ضمیمه هفتگی تپش ویژه حوادث را به عهده داشت.

بیژن مقدم: او دومین مدیرمسئول روزنامه جم جم است که دوره حضورش در روزنامه طولانی‌ترین زمان فعالیت اوست. در دوره حضور او سایت‌های اقماری جام جم و جام جم آنلاین گسترش یافت. او در شهریور ۸۵ با حکم رئیس سازمان صدا و سیما به عنوان مدیر عامل مؤسسه فرهنگی جام جم و مدیر مسئول این روزنامه منصوب و به عنوان عضو شورای معاونین سازمان صدا و سیما به مدت ۸ونیم سال این موسسه را اداره کرد.

محمدرضا نادری: او مدرس روزنامه نگاری است و کتاب اصول روزنامه نگاری آنلاین از جمله آثار و تالیفات او به شمار می‌رود. او هم در سمت معاون خبر چند سالی در ابتدای دهه ۹۰ درروزنامه جام جم حضور داشت.

منصور سعدی: او هم از جمله پیشکسوتان عرصه مطبوعات است که مدتی در جام جم حضور داشت. سعدی حدود ۳۲ سال در روزنامه کیهان فعالیت می‌کرد و از سال ۱۳۸۱ وارد روزنامه جام جم می شد که سال ۸۳ پیشنهاد سردبیری صفحه استان های این روزنامه به او سپرده می‌شود.

مهدی عرفاتی: او هم دانش آموخته ارتباطات و روزنامه نگاری با بیش از ۲۰ سال فعالیت حرفه‌ای رسانه‌ای است که نزدیک به سه سال و نیم به عنوان مدیرمسئول روزنامه جام جم فعالیت کرد. پیش از جام جم هم او معاون خبر فرهیختگان و سردبیر خبرگزاری‌های نسیم و دانشجو بوده است. او در حال حاضر دبیر شورای اطلاع رسانی دولت سیزدهم است.

یاد

رجایی؛ شریف همچون روح‌ا...

در عرصه مطبوعات به ویژه در ایران با روزنامه‌های فراوانی که عموما دو قطبی‌اند، کمتر کسی را می‌توان یافت که در دایره دوستان نزدیکش از اصلاح‌طلب‌ترین اشخاص تا اصولگراترین‌شان گرد او جمع شده باشند. به شهات نزدیکان روح ا... رجایی، او یکی از همین دسته افراد معدود است. در ابتدای فراگیری کرونا، نام او در زمره یکی از اولین قربانیان این بیماری قرار گرفت و خیلی زود، روزنامه جام‌جم سردبیری باهوش، منصف و با اخلاق را از دست داد. خوشنامی در عرصه مطبوعات نصیب هر کسی نیست اما او شریف بود و خوشنام و حسرت نبودش هنوز همراه بچه‌های جام‌جم است.

آقابالایی؛ دایره‌المعارف شفاهی سینما

علیرضا آقابالایی از آن دسته همکاران جام‌جم است که از شماره‌های صفر روزنامه همراه با جام‌جم بوده، از آنها که در کارنامه کاری‌شان تنها فعالیت مطبوعاتی دیده نمی‌شود و صاحب هنرهای دیگری هم بود. از شعر کودکان بگیرید که بعضی از سروده‌هایش هنوز ورد زبان همکاران است تا دستیاری کارگردانی در سینما با کارگردانانی همچون مسعود کیمیایی. او برای ما دایره‌المعارف شفاهی سینمای ایران بود و در سرویس رسانه جام‌جم، مشغول به فعالیت هر چند در آخرین روز فروردین سال ۸۹ تنها با ۴۵ سال سن این جهان را ترک کرد.

سرمقاله

جام‌جم؛ رسانه‌ای برای فرهنگ، هنر و جامعه

مهدی گیوه‌کی
مدیرمسؤول

ادامه از صفحه اول

از یک سو و افت کنش‌های خلاقانه، مدبرانه و حرفه‌ای از جانب دیگر، مسؤولیت نیروهای جبهه انقلاب در چارچوب بیانیه گام دوم انقلاب را بیش از پیش ضروری و لازم می‌سازد. در این میان توجه به رسانه به عنوان امتداددهنده اندیشه، گفتمان و آرمان‌های انقلاب اسلامی از چنان اهمیتی برخوردار است که تمرکز بر «تحول» و «غلبه بر محافظه‌کاری‌ها» را بیش از پیش گوشزد می‌کند.

۴ در دوره جدید، روزنامه جام‌جم چند هدف اصلی را دنبال می‌کند؛ مجتمع‌سازی و هاب‌سازی از ظرفیت موجود در سه حوزه مکتوب، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، تبدیل شدن به پاتوق نیروهای فکری، فرهنگی، هنری نیروهای جبهه انقلاب و تبدیل‌شدن به رسانه در تراز انقلاب اسلامی.

۵ با توجه به آرایش موجود سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و برنامه‌ریزی دشمنان برای هوشمندسازی و اثربخشی راهبردهای خود علیه ایران، که یک پیکار و کارزار تمام عیار تبلیغی است، در گام دوم انقلاب اسلامی جبهه انقلاب، مجموعه بزرگ جام‌جم به عنوان ارگان مطبوعاتی رسانه‌ملی، طرح تحول رسانه تراز انقلاب اسلامی را پیگیری و متناسب با «تهدیدات»، «درک اقتضائات»، «آرایش موجود»، «ضعف و فرصت‌های جبهه انقلاب اسلامی» و... به بازمهندسی ماموریت‌ها و وظایف خود پرداخته‌است.

۶ در گام اول تحول محتوایی، روزنامه جام‌جم در بیست‌و سومین سال انتشار خود، علاوه بر تغییرات فرمی و شکلی با هدف حرکت در مسیر اصلاح محتوا، فعلا روزانه هشت صفحه از محتوای خود را در قالب جلد دوم و یک روزنامه مستقل اختصاصا به حوزه فرهنگ، هنر، رسانه و جامعه اختصاص داده که این محتوا، گستره‌ای از هنر، سینما، سبک‌زندگی و... را در بر خواهدگرفت.

۷ بی‌گمان این تغییر و تحول محتوایی و فرمی با هدف حرکت به سمت تبدیل جام‌جم به روزنامه‌ای ویژه فرهنگ و هنر صورت گرفته و کوشش می‌شود تا با درکی عمیق از شرایط موجود و با نگاه به افق پیش رو، ارتقای درک و فهم مخاطبان از مقوله فرهنگ، هنر و جامعه دنبال شود.

۸ در نهایت اگر باور داشته‌باشیم که هجمه دشمنان علیه انقلاب اسلامی صورتی فرهنگی، هنری و اجتماعی یافته و این حملات دامنه‌ای از هنر، سینما، سبک‌زندگی و...را در برمی‌گیرد، هم‌افزا شدن این موضوع مهم با بازی‌های سیاسی-رسانه‌ای، کلامی، روانی و...لزوم نگاهی نو به کنش رسانه‌ای هدفمند و اثربخش را بیش از پیش تقویت می‌کند.

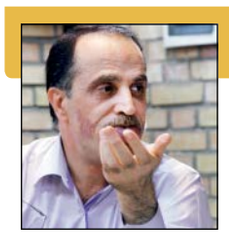
دیدگاه

آیا عمر روزنامه‌های چاپی در عصر کنونی به پایان رسیده‌است؟

ما هنوز زنده‌ایم

سکانس آخر فیلم ماندگار «پاپیون»، جایی که زندانی فراری از محبس هولناک واقع در جزیره‌ای، روی قایق کوچک دست‌سازش حیران روی آب‌ها است با یک دیالوگ ماندگار همراه است؛ دیالوگی که شاید شبیه‌سازی آن با وضعیت کنونی روزنامه‌ها بیراه نباشد. داستین هافمن با آن عینک بندزده رو به دوربین فریاد می‌زند: «ما هنوز زنده‌ایم!» نمی‌دانیم شانس زنده‌ماندن آنها در موج‌های خروشان دریا چقدر است، همین‌طور نمی‌دانیم آزادی احتمالی یا رهایی‌شان از آن زندان خوفناک همراه با زنده‌ماندن‌شان است یا نه اما خوب می‌دانیم همین زنده‌ماندن بزرگ‌ترین دستاورد آنها در رهایی است. شرایط کنونی روزنامه‌های چاپی با گرانی افسارگسیخته قیمت کاغذ، معیشت سخت مردمان امروز و پرکشیدن روزنامه‌ها از سبد خانوار و البته آوار رقیب قدرقدرتی به نام شبکه‌های اجتماعی بی‌شباهت به زندان فیلم پاپیون نیست. شرایط روزنامه‌ها هم شبیه شخصیت اول آن فیلم نیست، بنابراین با همه اینها، حالا فریاد می‌زنیم: «ما هنوز زنده‌ایم». با همه این مخاطرات فهرست‌شده چقدر باید امیدوار باشیم که هنوز هم روزنامه‌های چاپی نفس می‌کشند؟ چقدر در این شرایط هنوز روزنامه‌ها توانسته‌اند مرجعیت خود را در سطح جامعه حفظ کنند و چقدر هنوز در این مناسبات تاثیرگذارند؟ این سوالی است که از استادان روزنامه‌نگاری و کارشناسان ارتباطات پرسیده‌ایم.

تیراژکم واعتبار زیاد



کامبیزنوروزی
کارشناس حقوق رسانه

عمر رسانه‌های چاپی به پایان نرسیده‌است. اساسا در دنیای رسانه، هر تکنولوژی جدیدی که ظهور می‌کند رسانه‌های دیگر را عقب نمی‌زند، بلکه بیان خودش را پیدا می‌کند. اولین و قدیمی‌ترین رسانه جهان، روزنامه‌ها بودند. پس از آن بود که رادیوها آمدند اما با همین شرایط روزنامه‌ها همچنان تاثیرگذاری و مخاطبان خود را داشتند. تلویزیون، سینما و اینترنت هم از پس آن آمدند اما روزنامه‌ها همچنان برقرار بودند چرا که هرکدام از این رسانه‌ها کارکرد خود را پیدا کردند و در کنار هم به راه خود ادامه دادند. بنابراین نباید تصور کرد رسانه‌های الکترونیک که بر بستر اینترنت بنا شده‌اند می‌توانند جایگزین روزنامه‌ها و نشریات چاپی شوند. تجربیات جهانی، گواه این موضوع است و شاهد این هستیم که روزنامه‌ها همچنان به فعالیت کاری خود ادامه می‌دهند اما این‌که در ایران، نشریات چاپی، وضعیت نزاری دارند ارتباطی با فراگیری شبکه‌های اجتماعی ندارد بلکه معطوف به انواع تنگناهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی این نشریات است. با همه این اوصاف درحال‌حاضر میزان تاثیرگذاری رسانه‌های رسمی در جامعه ایران کاهش پیدا کرده‌است اما روزنامه‌ها همچنان در جامعه صاحب اعتبار هستند. به این معنا که ممکن است شمارگان نداشته‌باشند اما اعتبار دارند. به این معنا که مطالب روزنامه‌ها بی‌اثر نیست اما میزان تاثیرگذاری‌شان رو به کاهش است.

ناگزیر به تغییر

بهارک محمودی
استاد ارتباطات دانشگاه علامه

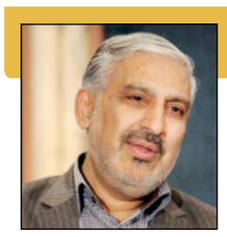
روزنامه‌های چاپی با شرایط کنونی احتمالا دارند نفس‌های آخر را می‌کشند. به این معنا که روزنامه‌ها را شاید باد برده‌باشد اما روزنامه‌نگاری همچنان زنده است. روزنامه‌نگاری همچنان شمایل میانجی خودش را در جامعه خواهد داشت هرچند باور دارم این حضور با تغییر شکل همراه خواهد بود. روزنامه‌های مکتوب، ناگزیر به این تغییر خواهند بود چراکه اگر نخواهند از این قافله عقب بمانند طبیعتا خودشان را باید با سرعت با محتوای حاکم بر فضای دیجیتال و البته تنوع دسترسی گفتمانی تطبیق دهند و هماهنگ کنند. اگر این اتفاق نیفتد یا به‌درستی صورت نگیرد به نوعی این نشریات از قافله جهش ارتباطات در عصر کنونی عقب می‌مانند و روند تاثیرگذاری این رسانه‌ها در فضای پیرامونی جامعه کاهش پیدا خواهد کرد. اتفاقی که هنوز در رسانه‌های مکتوب یا رسانه‌های رسمی وجود دارد، مرجع بودن آنهاست اما باید به این گزاره مهم فکر کنیم و باور داشته‌باشیم که اگر این دگردیسی در رسانه‌های مکتوب رخ ندهد مرجعیت رسانه‌های رسمی هم در جامعه به‌سرعت از بین خواهد رفت.

عبور از بزنگاه تاریخی

عباس اسدی
مدیرگروه ارتباطات دانشگاه علامه

در مقابل فضای تکنولوژی‌زده کنونی به‌ویژه در فضای رسانه من مخالف پایان عمر رسانه‌های چاپی هستم. به این معنا که نه‌تنها معتقدم روزنامه‌های چاپی از بین نخواهند رفت بلکه باور دارم هیچ زمان هم نباید متصور باشیم توسعه اخبار در فضای وب می‌تواند روزنامه‌های چاپی را از میدان به‌در کند. روزنامه‌ها هم در ایران و جهان هنوز مخاطبان خود را دارند. هرچند شرایط در جامعه ایران تفاوت‌های آشکار بسیاری با دیگر جوامع دارد و از این منظر محدودیت‌های بیشتری شامل حال روزنامه‌های مکتوب است اما هنوز ارجاع به روزنامه‌ها نزد بسیاری از اعتبار بالاتری نسبت به دیگر رسانه‌ها برخوردار است. هرچند باید قبول کنیم که بسیاری از روزنامه‌ها به جذب آگهی‌ها وابسته‌اند و گسترش شبکه‌های اجتماعی این تنها محل درآمد بسیاری از آنها را به نوعی سلب کرده‌است اما باور دارم روزنامه‌ها از این بزنگاه هم عبور خواهند کرد. وقتی به این باور اصرار داریم که بدانیم منبع تغذیه بسیاری از همین شبکه‌های اجتماعی بر فضای وب هم همین روزنامه‌های مکتوب هستند، به این معناست که عمر و محبوبیت بسیاری از این شبکه‌های اجتماعی هم به پایداری روزنامه‌ها وابسته است. روزنامه‌های رسمی همچون یک سند قابل استناد برای شهروندان عمل می‌کنند و با وجود تیراژ احتمالی پایین آنها اما همچنان مرجعیت خود را حفظ کرده‌اند. مصداق درست این باور، زنده‌بودن نشریات دانشجویی است که هنوز مرجعیت بالاتری نسبت به مهم‌ترین رسانه‌های اجتماعی دارند. خود کاغذها به نوعی یک سندیت به محتوا می‌دهد؛ چیزی که هنوز در رابطه با دیگر رسانه‌ها مصداق ندارد.

استناد به اعتماد



امیدعلی مسعودی
رئیس دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه سوره

لذتی که ما همچنان از تورق کتاب یا روزنامه‌ها و نشریات می‌بریم قابل مقایسه با گشت‌وگذار در فضای شبکه‌های مجازی نیست. هنوز یک ذهنیتی غالب است که برای شهروندان، روزنامه‌ها به واقعیت پیرامونی ما نزدیک‌تر از رسانه‌های مجازی هستند. این مجاورت باعث می‌شود همچنان روزنامه‌های چاپی و نشریات کاغذی به حیات خود ادامه دهند هرچند ممکن است مخاطب رسانه‌های الکترونیکی به دلیل بالا بودن ضریب نفوذ اینترنت در ایران بالاتر باشد. اساسا وسایل ارتباط‌جمعی از بین نمی‌روند بلکه همدیگر را تکمیل می‌کنند. در دسترس بودن مطبوعات کاغذی و امکان آرشیو و مراجعه به آن، باعث افزایش اعتبار آنها در بدنه جامعه می‌شود و همین موضوع، دلیلی است که بدانیم روزنامه‌ها همچنان در میان مردم از اعتبار بالاتری برخوردارند. به این معنا که ارجاع شهروندان به صحت یک موضوع به روزنامه‌ها مطمئن‌تر از این ارجاع به شبکه‌های مجازی است. به این مفهوم که اگر روزنامه‌ای صحت یک موضوع را تایید کند آن موضوع اعتبار بیشتری می‌یابد. شاید مهم‌ترین این ویژگی مربوط به ماندگاری محتوای منتشرشده در روزنامه‌ها باشد؛ چیزی که هنوز در رسانه‌های دیگر از جمله رادیو و تلویزیون دیده نمی‌شود. به نظر می‌رسد همچنان برای درک و فهم واقعیت اجتماعی به روزنامه‌های منتشرشده استناد کنیم.