

چرا صدا و سیما با وجود تمامی امکانات خود دیگر نزد مخاطبان، رسانه‌ای فراگیر و موفق نیست؟

# صدا بدون سیما

محمد آریان‌نیا

صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران یه عنوان یک ابررسانه، این سال‌ها در شرایط خوبی به سر نمی‌برد. واقعیت رخ داده به تلخی نشان می‌دهد که در همین کشاکش و در طول سال‌هایی که رادیو و تلویزیون ایران در مقابله با شبکه‌های اجتماعی جدال سختی را تجربه می‌کند این رسانه رویه سابق خود در اعتمادزایی از مخاطبان را نه تنها فراموش نکرده است بلکه به مصداق «یکی بر سر شاخه بن می‌برید» تلاش می‌کند تا آن را پر رنگ و لعاب به خورد مخاطب بدهد.

در پرونده نخستین شماره گیومه، تلاش داریم تا به این پرسش پاسخ دهیم که چه بر سر پولدارترین و بزرگترین رسانه کشورمان آمده است که با ۶۲ شبکه تلویزیونی و ۸۲ شبکه رادیویی، از سویی توان رقابت با رسانه‌های نوظهور را ندارد و از سویی دیگر، روز به روز بیشتر به سمت یک رسانه سرگرم‌کننده و فارغ از همه رسالت‌هایی که برایش تعریف شده است گام بر می‌دارد.

ادامه در صفحه ۲



عکس تزئینی است.

## درین «جریده نو»

صفحه سیاهی نیست

گیومه‌یاز  
 محدثه طالبی

مگر هنوز مردم روزنامه یا نشریه کاغذی می‌خوانند؟ به لطف اخبار هرروزه از کاهش تیراژ مطبوعات این شاید اولین سوالی است که در مواجه با یک نشریه جدید به ذهن می‌رسد. پاسخ البته این است که بله؛ حتی اگر خودشان ندانند. گرچه نشریات کاغذی هنوز از خیلی جهات معرف روزنامه‌نگاری اصیل و کلاسیکی هستند که بیش از پیش در حال فراموش شدن است. با این حال در شرایطی که خیرگزاری‌ها همچنان منتظر اخبار دست اول رسانه‌های خارجی- حتی در مورد ایران و منطقه- هستند، حرکت روی مرز باریک صحت و سرعت که اصلی‌ترین ویژگی‌شان است، هنوز در گذار آزمون و خطا ست و روزنامه‌نگاری سایبر انطور که بایسته است، درک نشده و یا حداقل عملی نمی‌شود، نشریات کاغذی باوجود کاهش مخاطبان مستقیمشان، نقش تحلیلی و تبیینی خود را حفظ کرده‌اند و به ویژه در موضوعات تخصصی، عمیق‌تر و مفصل‌تر به آگاهی بخشی می‌پردازند. هنوز بسیاری از آنچه به عنوان خبر، سوزهای خبری و گزارش در رسانه‌های جدید موجی را در افکار عمومی جامعه به راه می‌اندازند ریشه در تحریریه روزنامه‌ها دارند، حتی اگر مخاطب با واسطه با آن روبرو شده باشد. مصادیقش هم ماجرای گورخواب‌ها یا کولبرهاست.

شکاف عمیق بین فضای حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و آموزش‌های آکادمیک نیز حداقل به گواه آمار انکارناپذیر است. اینکه چرا درصد بالایی از دانش‌آموختگان این رشته راه به رسانه‌ها پیدا نمی‌کنند و متقابلاً بسیاری از روزنامه‌نگاران تحصیلاتی مرتبط با این حرفه را ندارند؛ سوال مهمی است و می‌توان دلایل زیادی در پاسخ به آن فهرست کرد. اما اگر پیش از آنکه در پی مقصر باشیم به خودمان برگردیم، می‌توانیم ماندن در چارچوب نظریات و اصول تئوری روزنامه‌نگاری را یکی از این دلایل بدانیم. بخشی از این محدودیت خودخواسته، قطعاً به برنامه آموزشی، استادان، شیوه‌های تدریس و ... برمی‌گردد، اما نقش دانشجویان در ادامه حرکت در خود این چرخه معیوب نیز موثر است.

از این رو بر آن شدیم تا اگر نه قاب سخت و مستحکم عناصر و ارزش‌های خبری را بشکنیم، حداقل به قدر توان سایه سنگین هرم وارونه را از سر خود و هم‌راهانمان کم کنیم و اگر نتوانیم این فاصله را پر کنیم، پلی بر آن بزنیم. برای همین است که تجربه فعالیت حرفه‌ای خود را به دانشگاه آورده‌ایم و آرمان‌گرایی و شور را از «دانشجو» بودن وام گرفته‌ایم تا به دور از تیغ تیز سانسور ناظران و مدیران قلم بزنیم. در عصری که نه فقط حافظه‌ی گجت‌ها که حافظه بشر انباشه از اطلاعات است، برایتان هر دو هفته یک‌بار در «گیومه» ای کاغذی می‌نویسیم، تا سره از ناسره مشخص شود و هر لحظه یادمان باشد که بر «وثوق»، «استقلال» و «اهمیت» آنچه می‌نگاریم، پایبند باشیم. گیومه را در واکاوی نقش رسانه روزنامه‌نگاری در پیوند با سیاست، جامعه، دانشگاه، علم و فرهنگ خواهید یافت. تلاشمان این است برای دانشجویان علم ارتباطات مفید و برای سایر همدانشگاهیان خواندنی باشیم؛ که توفیق از خداست.

مصراع قطعاتی از پروین اعتصامی

## یادداشت مهمان

محسن امین  
 روزنامه‌نگار

## کلیک کلیک، بنگ بنگ

همین پریشب تیتراژ یک روزنامه‌ای که باید در توئیتر منتشرش می‌کردم، این بود: «یک توییت تا جنگ!» همین دیشب هم توییت ترامپ عملی شد و آمریکا به سوریه حمله کرد. تقریباً سر شب به وقت آمریکا و اروپا بی‌وقت به وقت ما. یعنی این امریکایی‌ها برای ما خاورمیانه‌ای‌ها سفره با خیر و برکت که نداشته‌اند هیچ، سفره را هم به وقت و سلیقه خودشان پهن می‌کنند این می‌شود که فکر نمی‌کنند وقتی نیمه شب و مثلاً بی‌خبر حمله می‌کنیم، خبرنگارهای اینور آبی را چه کسی از خواب بیدار می‌کند؟ یا روزنامه‌های ایران ناچار می‌شوند ۲۸ ساعت بعد، خبر سوخته با تحلیل اضافه چاپ کنند؛ یا شاید هم فکر میکنند و این بیخبری و بی‌وقتی خودش یک اعلان جنگ خبری به ماست که رسانه‌هایمان سال‌ها از دنیای جدید انتشار خبر عقب مانده. دنیایی که رییس‌جمهور ابرقدرتش مستقیم در توییت با پوتین کل کل و اعلام حمله می‌کند. حمله ای که البته آخرش از جنس خبرهای زرد است، بزن در رو است. سه ساعت می‌زند و می‌روند و اعلام موفقیت را هم بلافاصله اعلام می‌کنند تا جنگ در رسانه‌ها ادامه پیدا کند. جایی که قدرت مطلق‌تری در آن دارند!

خبرنگاری جدید با این شرایط، دچار بی‌وقتی مطلق است و در انتشار محتوای برخت، شما هم باید خبرنگار باشید، هم دبیر، هم سردبیر و هم مدیرمسئول، چون وقتی برای رعایت این سلسله مراتب نیست، خبر خیلی بیشتر از گذشته مثل حباب شده است. در لحظه متولد می‌شود، باید زود دیده و سریع منتشر شود؛ وگرنه می‌ترکد و تمام؛ چالشی که بی‌مکانی را هم در دل خودش دارد. بی‌وسیلگی را حتی دیگر خبری از تحریریه‌ای مرتب با سیستم‌های مشخص نیست، باید مثل یک چریک، خبر را زودتر ببینی و سریع‌تر همه را خبر کنی؛ وضعیت جدیدی که خبرنگارها را از آدم‌هایی سرپه‌هوا، به شخصیت‌هایی سرپه زیر تبدیل کرده است.

اجازه بدهید یک داستان برایتان بگویم پر از آب چشم! اولین آخرین هفته سال بود.

پنجشنبه؛ تنها روزی که موسسه همشهری کاملاً تعطیل است و ورود به ساختمان نیاز به مجوز ویژه دارد. نه آنقدر کار داشتیم که به مجوز ورود هم‌هانگ کنم و بروم خیلی شیک پشت سیستم بنشینم و به کار سیر و سفر در دنیای خبر پردازم و نه آنقدر کار نداشتیم که برنامه گشت و گذار در دنیای واقعی را بچینیم. در این برزخ؛ یک گوشه یک خیابان خلوت در بالای شهر تهران ماشین را کناری زدم و در گوشی موبایل فرو رفتم. هوا هوای بهار بود، همان که می‌گویند دزد است! نه آنقدر خنک بود که پنجره‌ها بسته باشند و نه آنقدر گرم که کولر روشن باشد. این شد که ماشین را خاموش و پنجره‌ها را پایین دادم. مشغول ادیت یک مطلب در نوت آیفون بودم. ۹۹ درصد کار بعد از ۲۰ دقیقه تمام شده بود که ... که دستی از غیر آمد، گوشی را از بین دو دستانم ربود و برد ... دزدی بود در لباس موتورسوار. باورتان نمی‌شود، اولین حسرتی که بر من وارد شد، فایلی بود که ادیت کرده بودم و اینکه به کسی قول داده بودم با وجود بی‌زمانی و بی‌مکانی کار در آخر هفته، متن را به دستش برسانم. حسرت آخر عصر همان روز بر من وارد شد؛ زمانی که فهمیدم با قیمت جدید دلار، از نظر ریالی حدود ۵ میلیون تومان از دست داده‌ام. من خود خبر بودم در روزهایی که همه خبرها در مورد دلار بود.



محمدحسین جهان‌نانه

## از تحریریه

## یک صدا و هزار سیما

گروچو مارکس، کم‌دین مشهور آمریکایی زمانی گفته بود به نظر من تلویزیون رسانه‌ای بسیار آموزنده است. چون هر وقتی کسی روشنش می‌کند من به اتاقم رفته و سرگرم مطالعه کتاب‌های خودم می‌شوم. این حکایت این روزهای ما با سازمان رسانه‌ای عریض و طولی است که صداسیما صدایش می‌کنیم.

سازمانی که سال‌هاست دیگر نه صدایی برایش مانده و نه سیمایی در آن یافت می‌شود. حقیقت این است از منظر حرفه‌ای صداسیما را باید یکی از بدترین نمونه‌های کنونی از یک سازمان رسانه‌ای دولتی به شمار آورد. حتی مطمئن نیستیم در شرایط فعلی همچنان واقعا بتوان صداسیما را یک رسانه‌ی حرفه‌ای واقعی نامید. سازمانی که دیگر نه عمده‌ی مخاطبینش به آن اعتمادی دارند و نه چرخ‌های اقتصادی‌اش می‌چرخد. اندر حکایت آسیب‌شناسی صداسیما و اینکه چرا به اینجا رسید می‌شود ساعت حرف زد و همچنان به نتیجه دقیقی نرسید. از منظر رسانه‌ای صدا سیما عملاً سازمانی انحصارگراست که حتی تحمل هیچ حریفی را ندارد. آن‌هم درحالی‌که از تمام امکانات دولتی برخوردار است.

سازمان رسانه‌ای که قرار بود در فرهنگ‌سازی جامعه نقشی ایفا کند، رفته‌رفته به ابزاری برای کنترل افکار عمومی تبدیل شد. ابزاری که با سانسورهای ریزودرشت و سلیقه‌ای، واکنش‌های منفعلانه به رویدادهای روز و گاهی حتی تحریف اخبار و زبان جانب‌دارانه‌ی مشهور خود به‌سرعت اعتماد مخاطبین خود را در میدان رقابت با رسانه‌های خارجی از دست داد. آن‌هم در دنیایی که اعتماد و حیثیت بزرگ‌ترین سرمایه رسانه‌ها به شمار می‌رود.

از منظر اقتصادی نیز صدا سیما عملاً به هیچ توفیقی دست نیافت تا آنجا که تمام شبکه‌های متعدد این سازمان که بسیاری از آن‌ها حتی دلیل وجودی چندان منطقی هم ندارند، با مشکلات مالی انبوهی دست‌وپنجه نرم می‌کنند. مشکلاتی که علی‌رغم رواج بی‌رویه تبلیغات در این سازمان همچنان بیشتر و بیشتر می‌شود.

جالب اینکه حتی نفس استفاده از تبلیغ و پشتیبان‌های اقتصادی در رسانه‌ای که با پول بیت‌المال می‌چرخد و وظیفه‌ای فرهنگی را به دوش می‌کشد خود محل تناقض فراوانی است. حقیقت این است که در شرایط فعلی و درحالی‌که کوچک‌ترین علاقه‌ای به تغییر در این سازمان دیده نمی‌شود، خیلی سخت می‌شود به تغییراتی اساسی در صداسیما ملی امیدوار بود.

### نیم قرن با رسانه‌های که ملی نیست

محدثه طالبی

انتقاد به صدا و سیما بحث امروز و دیروز نیست. همیشه؛ گروه‌هایی از جامعه از این سازمان ناراضی بودند. خط زمانی پر سر و صداترین انتقادات را اینجا بخوانید:

#### ۱۳۵۷-۱۳۵۹ صادق قطب‌زاده

اولین انتقاد از رادیو و تلویزیون بعد از انقلاب را روزنامه آیندگان اواخر بهمن ۵۷ در مطلبی با عنوان «سانسور به شکل دیگر در رادیو تلویزیون» مطرح کرد و در آن به قطع انتشار اعلامیه‌های گروه‌های سیاسی و انعکاس ندادن اقدام چریک‌های فدایی برای تصرف سفارت آمریکا، تاخت قطب‌زاده در مصاحبه‌ای با کیهان با فاشیستی خواندن سرود «ای ایران» صدای ملی‌گراها را در آورد. امیرعباس انتظام در مصاحبه‌ای مطبوعاتی گفت تلویزیون گفته‌هایش را سانسور می‌کند. مرحوم فلسفی، در سخنرانی‌اش در حرم حضرت معصومه (س) مقصر بی‌اطلاعی مردم از چیستی «جمهوری اسلامی» در آستانه فراتر بردن را مدیران تلویزیون دانست و نهایتاً امام (ره) در نامه‌ای نوشت «به آقای قطب‌زاده بگویید مگر شما الزام به مسایل اسلامی ندارید؟» پخش موسیقی و بافعالیت «رادیو دریا» به مدیریت سید علی اطیحی از مواردی بود که امام خمینی در برابرشان موضع گرفت و آن‌ها را ممنوع کرد.

#### ۱۳۶۰-۱۳۶۹ علی اکبر محتشمی‌پور، نوری و خوئینی‌ها

قطب زاده که به وزارت خارجه رفت، به تندروترین منتقد تلویزیون تبدیل شد و در مناظره‌ای گفت «اعمال نظریات شخصی و گروهی، باعث شده است اخبار صحیح به گوش مردم نرسد». این مناظره بازداشت قطب زاده را در پی داشت.

#### ۱۳۶۰-۱۳۷۲ محمد هاشمی

در این دوره «جنگ» به عنوان مسئله اصلی کشور، نحوه پوشش اخبار را توجیه می‌کرد. اما به گفته هاشمی، او هفته‌ای یک بار برای کسب تکلیف نزد امام میرفته. پایان گرفتن پخش مناظرات ایدئولوژیک از مسائل مورد انتقاد دوره او بود و البته پخش سریال «اشک تمساح» که طولی ۱۵ هزار امضایی در نماز جمعه برای قطع آن نوشته شد.

#### ۱۳۷۲-۱۳۸۲ علی لاریجانی

زمزمه رویکرد جانبدارانه صدا و سیما سال ۱۳۷۷ با پخش برنامه «چراغ» قوت گرفت. برنامه‌ای که در آن قتل‌های زنجیره‌ای به دولت سیدمحمد خاتمی نسبت داده شد. انتقادات از انتشار اتهامات بی‌پایه بعد از اعترافات سعید امامی شدیدتر شد و تا محرومیت او از حضور در جلسات هیئت دولت پیش رفت. پس از حوادث کوی دانشگاه، صدا و سیما به پخش جنجال برانگیز اعترافات تلویزیونی بازداشت شدگان دست زد. اقدامی که در سال ۷۵ با پخش برنامه «هویت» نیز انجام شده بود. بیست سال بعد پورنجاتی اعلام کرد «هویت» را یک نهاد امنیتی تولید کرده و مخالفت او به عنوان معاون سیما هم نتوانسته بود تاثیری در نظر لاریجانی برای پخش این برنامه بگذارد.

#### ۱۳۸۲-۱۳۹۲ عزت‌الله ضرغامی

پیش و پس از انتخابات بحث برانگیز ۸۸ نوک تیز پیکان انتقاد مردم به سمت کل سازمان گرفته شد. همسویی کامل صدا و سیما با دولت و مجلس، فراجحاحی بودن این رسانه را بیش از پیش مورد تردید قرار داد. گسترش استفاده از اینترنت و ماهواره، دسترسی مردم به منابع خبری مختلف را آسان‌تر و انتقادات را بیشتر کرد. افزایش زمان آگهی‌های تجاری و ممنوع تصویرگری منتقدان دولت در این دوره به اوج رسید. افرادی که با روی کار آمدن دولت تدبیر و امید دوباره به آغوش سازمان بازگشتند.

#### ۱۳۹۲-۱۳۹۶ محمد سرفراز و عبدالعلی علی‌عسگری

سرفراز جز بحران‌آفرینی مجدد کاری از پیش نبرد. با استعفای او کماکان شاهد وضعیت سابق هستیم. علی یونسی در اردیبهشت ۹۳ اپوزیسیون شدن صدا و سیما را مطرح کرد. روحانی بارها به صراحت گفت سخنانش را سانسور می‌کنند. وزرای دولت از عدم معرفی دستاوردها در رسانه ملی گلایه داشتند. تلویزیون برنامه‌هایی چون غیرمحرمانه را تولید کرد که در آن یک طرفه عملکرد دولت را نقد می‌شود. یک بررسی نشان می‌دهد در مقطعی از زمان بیش از هفتاد درصد کارشناسان سازمان از طیف‌های مخالف دولت بودند. سال ۹۵ در مراسم تشییع پیکر آیت الله هاشمی رفسنجانی که سال‌ها پخش اخبار مربوط به ایشان سانسور شده بود مردم بعد از مدتها علیه صدا و سیما شعار دادند. بعد از تاخیر یک هفته‌ای در انتشار اخبار اعتراضات دی ماه، جواد محدثی جامعه شناس دین در این خصوص در برنامه تلویزیونی زاویه ابراز کند «صدا و سیما به طور سیستماتیک دروغ می‌گوید». اخیراً دایره منتقدین بسیار گسترده‌تر شده است. علی لاریجانی عملکرد صدا و سیما در مراسم تحلیف و پخش گزینشی تصاویری از مجلس را به شدت نقد کرده. محمود صادقی رفتار سازمان را جناحی‌تر از قبل می‌داند و محسن هاشمی خواستار فرصت پاسخگویی به رویکرد تخریبی سازمان نسبت به شهرداری شده است. باید دید حالا که برخی از جوانان ایرانی به بهانه این حجم از انتقادات بی‌پاسخ، تحریم و ندادن آن را در شبکه‌های اجتماعی به بحث گذاشته‌اند و به بازی در زمین ترامپ روی آورده‌اند، صدا و سیما به رسالت ملی بودنش باز خواهد گشت یا نه.

ادامه «صدا بدون سیما ...» از صفحه یک

### هویتی جانبدارانه

مهم‌ترین حوزه‌ای که صدا و سیما در آن نتوانسته است کارنامه خوبی را دشت کند حوزه سیاسی است. پررنگ شدن این حوزه از زمان ریاست علی لاریجانی بر این سازمان اتفاق افتاد. دورانی که مصادف شد با هشت سال دولت اصلاحات در کشور و این رسانه تکلیف مقابله با جریان اصلاح‌طلبی را بر روی دوش خود احساس کرد.

پخش برنامه‌هایی مانند چراغ و هویت در طول آن سال‌ها، پخش کنفرانس برلین، عدم پوشش حتی یک لحظه از تحصن نمایندگان مجلس ششم و حتی سفارشی‌سازی برخی سریال‌ها مانند نقطه‌چین مهران مدیری در همان موقع، پخش یکسویه اتفاقات کوی دانشگاه، بازتاب کامل عملکرد اقلیت مجلس ششم در مقابل انعکاس کم فراکسیون اکثریت و همچنین انتشار خبرها و وقایع موافق با میل جناح اصولگرا باعث شد تا دوران علی لاریجانی سیاسی‌ترین دوره صدا و سیما باشد.

در یکی از حساس‌ترین برهه‌های تاریخ بعد از انقلاب، یعنی سال ۱۳۸۸، صدا و سیما به اعتقاد بسیاری از منتقدانش نتوانست منصفانه وارد عمل شود. برگزاری مناظره‌های پرحاشیه با شیوه پراپراچا، پخش اعترافات متهمان پرونده‌های سیاسی، شیوه پراقتقاد در انعکاس رخدادها، پس از انتخابات و بسیاری از مسائل دیگر از جمله نمونه‌های این موضوع محسوب می‌شوند. همچنین این

دوره مصادف بود با ریاست جمهوری محمود احمدی‌نژاد و اتفاقات زیادی مانند موضوع هسته‌ای، خانه‌نشینی، یکشنبه تاریخی مجلس و... که شیوه بازتاب آن‌ها انتقادات هر دو جناح سیاسی کشور را در پی داشت.

البته بعد از ضرغامی، صدا و سیما در مسائل سیاسی شفاف‌تر بازی کرد؛ با راه‌اندازی شبکه افق در انتهای سال ۱۳۹۳ و در دوران ریاست محمد سرفراز. این شبکه که گفته می‌شود به سازمان هنری و رسانه‌ای اوج تعلق دارد به اعتقاد منتقدان به طور کامل بازتاب‌دهنده منویات یکی از طیف‌های تندروی جناح اصولگرای کشور است. در واقع این طیف دارای یک شبکه اختصاصی شده‌اند!

### پیام‌های بازرگانی؛ تجارت با مخاطب

در چنین شرایطی شاید پرتوقعی باشد اگر انتظار داشته باشیم صدا و سیما برند خود را برای اطمینان‌دهی به مخاطب برای هر مطلب و خبری به کار نگیرد. وقتی رسانه‌هایی مانند بی‌بی‌سی و... حتی قبل از خبرهای شهروند-خبرنگار تأکید می‌کنند که ما نمی‌توانیم صحت این ویدئو را مستقلاً تأیید کنیم، صدا و سیما حتی برای تبلیغات بازرگانی نیز از برند خود خرج می‌کند. تداوم برنامه‌هایی مانند خندوانه یا دوره‌می و تبلیغ عیان انواع اپلیکیشن در این برنامه‌ها بدون رعایت مرزبندی تبلیغ و محتوا، یکی از نمونه‌های این اعتمادسازی است.

در بسیاری از مواقع پیام‌های بازرگانی



عملکرد صدا و سیما



نمایش هر نوع ساز ممنوع است. نوازنده زن هم که دیگر جای خود دارد. در موسیقی پاپ زمانی پخش ترانه‌های خشایار اعتمادی یک تابوشکنی محسوب می‌شد و حالا گروه‌هایی مانند ماکان‌بند و... هم به برنامه‌های پربیننده دعوت می‌شوند.

در واقع به نظر می‌رسد صدا و سیما تلاش کرده همزمان با بیشتر کردن سانسور و محدودیت در حوزه سیاسی، عکس این شیوه را در حوزه موسیقی پیاده کند. طبعاً هزینه‌های شنیدن آهنگ از هزینه‌های

با دستورالعمل ابلاغی خود آن سازمان نیز همخوانی ندارد. دکتر مهدخت بروجردی، استادیار علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی در سال ۱۳۹۰ در تحقیقی نشان داد که در شصت و چهار اصل، رعایت مفاد دستورالعمل، به طور کامل صورت نگرفته است. به این ترتیب بنابر دستاوردهای پژوهش، حدود ۱۶ درصد از اصول دستورالعمل یاد شده، به طور کامل رعایت و ۸۴ درصد موارد، رعایت این اصول، کامل نبوده است

### برخورد دوگانه با موسیقی

تا امروز در یک بخشنامه نانوشته،

### یادداشت | فرهنگی

### چرا دیگر سریال‌های تلویزیون دوست داشتنی نیستند؟ واقعیت؛ گمشده‌ای در سریال‌های کلیشه‌ای

از رایج‌ترین نقدهایی که در سال‌های اخیر به صدا و سیما وارد می‌شود، می‌توان به کلیشه‌ای بودن سریال‌های تولید شده در تلویزیون اشاره کرد. این قسم از تولیدات رسانه‌ای، برای هر شبکه تلویزیونی از حیث استمرار، ظرفیت زیادی در جذب مخاطب ایجاد می‌کند. کما اینکه مدت زمان زیادی از فروکش کردن تب داغ سریال‌های چند صد قسمتی شبکه های جم نیز نمی‌گذرد.

قالب‌هایی که در سال‌های اخیر در سریال‌های صدا و سیما تکرار شده‌اند، به قدری یکسان و قابل پیش بینی است که تقریباً بعد از دیدن یک قسمت از هر مجموعه، شخصیت‌های سیاه و سفید هر داستان به راحتی قابل تشخیص می‌شوند.

نام اصیل ایرانی، تمول مالی، ظاهر آراسته و حوله تن‌پوش و آب پرتقال روی میز صبحانه از رایج‌ترین کلیشه‌های شخصیت‌های منفی داستان‌های تلویزیونی است. در مورد کلیشه‌های تکراری قهرمان‌های زن هر سریال نیز می‌توان به ماجرای تکراری زن پاکدامن، دانای کل و با پوشش الزاما چادر که مهم ترین رسالتش فرزندآوری و اداره امور منزل است، اشاره کرد.

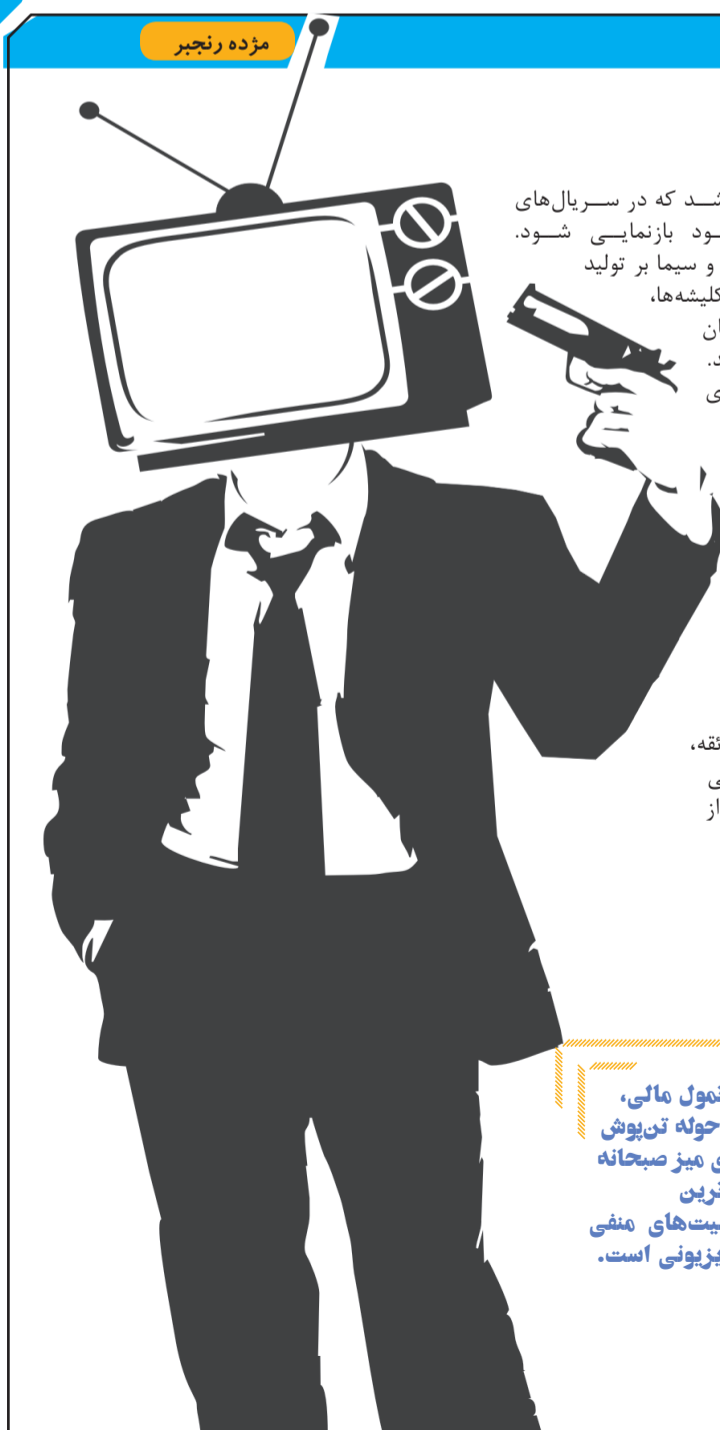
از آن جایی که ازدواج، یکی از اصلی‌ترین سوژه‌های سریال‌های ایرانی است، کلیشه‌های موجود در این‌باره نیز قابل توجه است. در این سریال‌ها کم‌تر دیده می‌شود که دختر یا پسر جوانی به شیوه غیرسنتی همسرش را انتخاب کند و در پایان داستان روی خوشبختی را ببیند. در سریال‌های طنز نیز می‌توان به شوخی با موضوع بی شوهری! دهن بینی و بهره هوشی پایین زن‌ها و بی‌پولی شخصیت‌های مرد فیلم اشاره کرد.

سال‌های زیادی از تولید مجموعه‌های تلویزیونی‌ای همچون پدرسالار، پس از باران و دیگر سریال‌های پربیننده تلویزیون می‌گذرد، بدون اینکه انبوه سریال‌های تولید شده در تلویزیون توانسته باشند در جذب مخاطب توفیقی همچون این مجموعه‌ها داشته باشند.

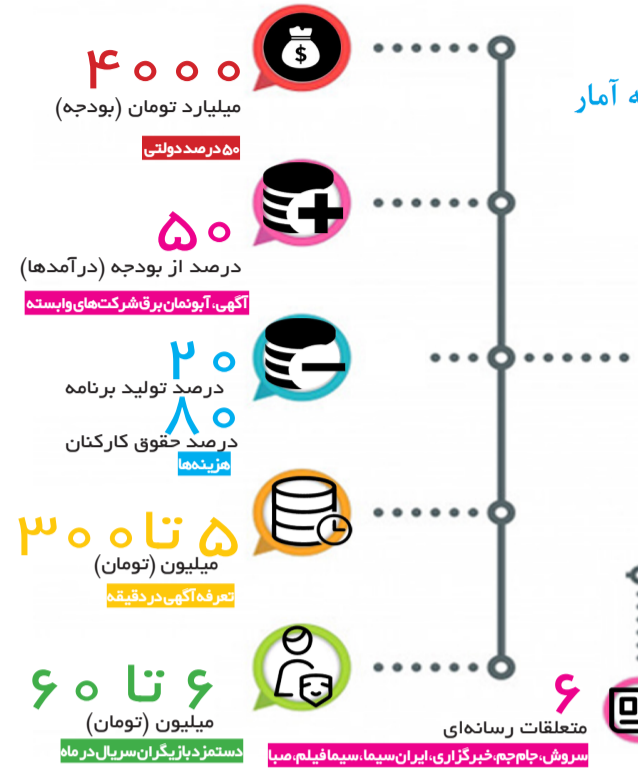
شاید یکی از علل این عدم توفیق، تفاوت زندگی واقعی مردم جامعه با آن سبک

زندگی‌های کلیشه‌ای باشد که در سریال‌های تلویزیونی سعی می‌شود بازنمایی شود. به نظر می‌رسد اصرار صدا و سیما بر تولید فیلم و سریال‌ها با همین کلیشه‌ها، نتیجه‌ای جز ریزش مخاطبان فعلی تلویزیون نداشته باشد. با علم بر این که، سریال‌های تلویزیونی از ایدئولوژی موجود در ارکان قدرت تغذیه می‌کنند و به بازتولید همان ایدئولوژی می‌پردازند، توجه به محتوا و پیام این کلیشه‌ها اهمیت زیادی دارد. از سویی اگر صدا و سیما در صدد جذب و یا حداقل حفظ مخاطبان فعلی خود است، باید به ذائقه، سلیقه و سبک زندگی واقعی مخاطبان خود بهایی بیش از این‌ها دهد.

نام اصیل ایرانی، تمول مالی، ظاهر آراسته و حوله تن‌پوش و آب پرتقال روی میز صبحانه از رایج‌ترین کلیشه‌های شخصیت‌های منفی داستان‌های تلویزیونی است.



یما از دریچه آمار



حوزه‌های دیگر کمتر است!

مراقبت از نگاه‌های نامحرم

اعمال محدودیت‌ها در حیطه ورزش نیز از جام جهانی ۱۹۹۴ به اینطرف رخ داد. با این ترفند که مسابقات را با تاخیری اندک پخش می‌کنند تا هم بیندگانش را داشته باشد و هم حاشیه‌های منشوری پخش نشود.

صلاح خبرهای مملکت را خودشان دانند!

همه جای جهان خبر را به رعایت سه اصل بی‌طرفی، عینیت و واقعی بودن می‌شناسند. رسانه‌های حرفه‌ای با

رعایت این اصول در اکثر موارد اعتماد مخاطب را جلب می‌کنند تا اگر روزی هم خبری تحریف شده یا سوگیرانه را به گوش مخاطب رساندند آن را به راحتی بی‌بازرسی از طرفی همان خبر تحریف شده را به وسیله تکنیک‌های روزنامه‌نگاری بی‌طرف، به ظاهر عینی و واقعی به نظر می‌رسانند. واحد مرکزی خبر در این جدال غالباً به جای اینکه خود را در مقابله با

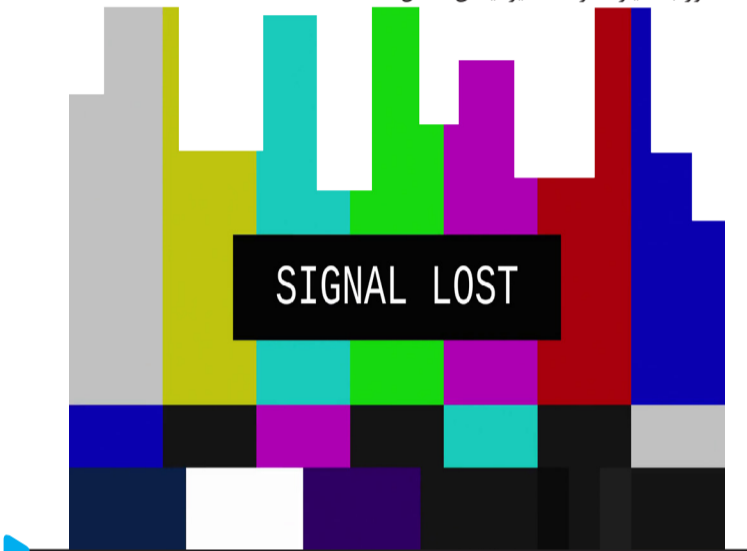
رسانه‌های جریان اصلی دنیا ببیند به پاسخگویی به شبکه‌های دست‌چندم فارسی زبان اروپایی و آمریکایی پرداخته است. خبرنگاران این سازمان علناً موضع‌گیری و بی‌طرف

نبودن را از اصول کارشان می‌دانند و نویسندگان خبر بدون هوشمندی همه آنچه باید در قالب تصویر، قاب بندی خبر، تقدم و تاخر، تکنیک‌های تدوین و ... به نمایش بگذارند گل درشتانه در چشم مخاطب فرو می‌کنند. با ردیف کردن اصطلاحات «مدعی شد»، «به اصطلاح صلح» و دادن القاب جهان‌خوار، ددمنشانه و ... این عدم رعایت بی‌طرفی در قرائت خبر نیز اتفاق می‌افتد.

همه داستان این نیست

گرچه نمی‌توان عملکرد صدا و سیما را در طول این سال‌ها به طور کامل زیر سوال برد و قطعاً این رسانه در مقاطعی از زمان و بخش‌هایی از فعالیت خود توفیقاتی داشته اما ریشه‌های کم‌اعتمادی روزافزون مردم به صدا و سیما جز دلتلی که گفته شد موارد دیگری نیز دارد. نقض گسترده حقوق پدیدآورندگان، حضور بسیار کم‌رنگ ایرانیان اهل

سنت در برنامه‌های تلویزیون، نادیده گرفتن فرهنگ مردم حاشیه کشور و محدود شدن حوزه فرهنگی این رسانه به فرهنگ مناطق مرکزی کشور، حضور در انواع مجامع و فیلمبرداری و پخش تصاویر افراد بدون رضایت آن‌ها، حضور دوربین تلویزیون در همه‌جا و تصویربرداری کامل از رخدادها و مراسمی که تقریباً هیچ تصویری از آن‌ها پخش نمی‌شود (که شائبه فعالیت اطلاعاتی و استفاده شخصی مدیران تلویزیون از منابع این سازمان را مطرح می‌کند)، مصاحبه گرفتن از زنان دارای آرایش غلیظ در تأیید انقلاب و نظام در ایامی مانند روزهای انتخابات، ۲۲ بهمن و روز قدس و سانسور همان بانوان در دیگر روزهای سال، همه و همه از جمله دلایلی هستند که باعث شده است ابر رسانه‌ای مانند صداوسیما جمهوری اسلامی ایران در روزگار انفجار رسانه‌ها به حال‌وروز فعلی بیفتد.



آموزش: سواد رسانه‌ای

اخبار جعلی!

چیست و چگونه تولید می‌شود؟

برگردان: الناز نیک‌دهقان

اخبار جعلی واژه‌ای است که تا یک‌سال‌ونیم پیش (قبل از انتخابات ریاست جمهوری آمریکا) هنوز خیلی کسی از آن استفاده نمی‌کرد اما الان به یکی از تهدیدهای دموکراسی تبدیل شده است.

از آنجایی که یکی از واژه‌های مورد علاقه‌ی دونالد ترامپ است، به‌عنوان «کلمه‌ی سال» ۲۰۱۷ انتخاب شد، تنش‌ها میان کشورها را بالا برد و ممکن است به قانون‌گذاری رسانه‌های اجتماعی هم بینجامد. و هنوز کسی نتوانسته در مورد اینکه اخبار جعلی واقعاً چیست، مشککش کجاست و در مواجهه با آن چه می‌توان کرد، به نتیجه برسد.

خاستگاه اخبار جعلی

هزاران سال است که دولت‌ها و افراد قدرتمند از اطلاعات به عنوان یک سلاح استفاده کرده‌اند تا حمایت‌ها از خود را افزایش داده و اختلاف نظر را از بین ببرند. اوکتویان از کمپین اطلاعات غلط استفاده کرد تا در آخرین جنگ جمهوری رم بر مارک آنتونی پیروز شود.

در قرن بیستم، اشکال جدید ارتباطات جمعی، معیار پروپاگاندا و قدرت اقناع را به‌ویژه در دوران جنگ و در رژیم‌های فاشیستی توسعه داد.

قبل از اینترنت، انتشار اطلاعات بسیار گران بود، اعتمادسازی سال‌ها زمان می‌برد و تعریف خبر، رسانه و قوانین آن‌ها بسیار ساده‌تر بود. اما ظهور رسانه‌های اجتماعی، بسیاری از مرزهای جلوگیری از انتشار اخبار جعلی را از بین برد. به‌ویژه این رسانه‌ها به هر کس امکان ساختن و منتشر کردن اطلاعات را داده است. مخصوصاً به کسانی که ثابت کرده‌اند که در «بازی» شبکه‌های اجتماعی ماهر هستند.

فیس‌بوک و توییتر به مردم اجازه دادند که اطلاعات را در مقیاس بزرگ‌تری نسبت به قبل تبادل کنند و به‌طور خلاصه، موانع ساخت اخبار جعلی از بین رفتند.

اخبار جعلی دقیقاً چیست؟

یکی از مشکلات اخبار جعلی این است که این اخبار با انواع مختلف، از بازیگران متفاوت و با انگیزه‌های مختلف منتشر می‌شود که شامل موارد زیر می‌شود اما محدود به این‌ها نیست.

\***محتوای مهیج تبلیغات‌محور:** خبرهایی که انگیزه ایدئولوژیک ندارند اما اغلب هیچ پایه و اساسی ندارند. هدف اصلی آنان افزایش ترافیک وب و در نتیجه، افزایش درآمد تبلیغاتی است.

\***اطلاعات نادرست تولیدشده توسط دولت درباره کشور و ملت:** اینجا هدف، درآمد نیست، اثرگذاری است. رسانه‌ها در روسیه و جاهای دیگر، ممکن است محتوا را برای این تولید کنند تا به افکار عمومی جهت دهند و یا از یک کاندیدای مشخص داخلی یا خارجی و یا حمایت از یک طرز فکر حمایت کنند. خبرهای ساختگی اغلب می‌توانند با حقیقت یا حساسیت‌ها ترکیب شوند.

\***سایت‌های خبری به‌شدت جانبدارانه:** این‌ها می‌توانند واقعیت و عقیده را باهم درآمیزند، مثل وقتی که به‌طور مشخص و واضح از عقیده یا حزب یک سیاستمدار حمایت می‌کنند و اغلب خود را به‌عنوان جایگزین رسانه‌های جریان‌ اصلی معرفی می‌کنند.

\***خود رسانه‌های اجتماعی:** ازدحام ربات‌های توییتر که عکس‌های مهندسی‌شده و گمراه‌کننده را منتشر می‌کنند، تبلیغات در فیس‌بوک که در ظاهر روس‌ها پول آن را پرداخت کرده بودند، ویدئوهای روی یوتیوب که ادعا می‌کنند حوادث تروریستی دروغ هستند؛ این‌ها لینک‌های خارج رسانه‌های اجتماعی نیستند، بلکه بخشی از خود شبکه‌های اجتماعی‌اند.

\***طنز و هزل:** نشریات زرد و سطحی مانند «The Onion and daily Mash» قبل از اینکه اخبار جعلی به‌عنوان یک مشکل شناخته شوند هم وجود داشته است. این تعاریف و انگیزه‌های مختلف، مواجهه موثر با اخبار جعلی را به‌شدت سخت می‌کند.

چگونه اخبار جعلی را تشخیص دهیم

تشخیص اخبار جعلی آسان نیست. در جامعه آماری یک تحقیق دانشگاه استنفورد که سال گذشته انجام شد، دانشجویان به‌طرز شوکه‌کننده‌ای در تشخیص محتوای آن‌لاین؛ چه پولی، چه جعلی و چه مشروع و قانونی، ناتوان بودند. فیس‌بوک یک لیست کاربردی از راه‌های تشخیص اخبار جعلی دارد:

۱. تیترا اخبار شش‌گانه برخورد کنید.
۲. به آدرس سایت دقیق نگاه کنید.
۳. منبع را چک کنید.
۴. دنبال یک قالب‌بندی غیرمعمولی بگردید.
۵. عکس‌ها را چک کنید.
۶. تاریخ را چک کنید.
۷. شواهد را بررسی کنید.
۸. دنبال گزارش‌های دیگر بگردید.
۹. آیا این خبر یک چوک است؟
۱۰. بعضی اخبار عمداً غلط هستند.

گزارش‌های خبری معمولاً آنقدر خوب توصیف می‌شوند که نمی‌توان نادرست بودن آن‌ها را تشخیص داد و همین است که آن‌ها را به گزارش‌های خبری بزرگ و عالی تبدیل می‌کند؛ اما ارزش آن را دارد که در مورد هر چیزی با شک و تردید بپرسیم: «آیا واقعاً چنین چیزی می‌تواند رخ داده باشد.»

برگرفته از تلگراف با تلخیص

مژده رنجبر

نقد رسانه

روند دگرگونی بهترین سریال نوروزی سال‌های اخیر تلویزیون از پایتخت تا سوریه

اگر از بینندگان همیشگی سریال پایتخت باشید، شاید متوجه تفاوت‌هایی در پایتخت ۵ با پایتخت سال‌های گذشته شده‌اید، تفاوت‌هایی از محتوا گرفته تا فرم، که شاید ماهیت سازمان سرمایه گذار سریال یعنی سازمان هنری رسانه‌ای اوج را بتوان از علل اصلی آن دانست. اهداف این سازمان که هزینه و اعتبارات تولیدات آن با حمایت سپاه پاسداران تامین می‌شود، به گفته بنیانگذاران آن، ایجاد بستری برای شناسایی، آموزش و جهت‌دهی نیروهای مستعد انقلابی در عرصه‌های مختلف هنری و رسانه‌ای و نیز فراهم کردن زمینه تولید و توزیع محصولات هم‌سو با انقلاب اسلامی است.

محتوای این سریال که از پایتخت ۱ تا ۴ تقریباً فارغ از هر گونه سوگیری سیاسی به نظر می‌رسید، در پایتخت ۵ به طور آشکاری نمایانگر مواضع خاص سیاسی بود. این سوگیری‌ها از قسمت‌های ابتدایی به تدریج با شوخی با ظاهر و اسم ترامپ نمایان شد و در چند قسمت پایانی با حضور شخصیت‌های اصلی داستان در سوریه و درگیری آنان با داعش اوج گرفت.

از دیگر نکات قابل توجه در محتوای پایتخت ۵، پخش صدای خواننده معروف ترکیه، ابراهیم تاتلیس، مطرح شدن رابطه دوستی بین دختر و پسر و به کار بردن واژه «دوست دختر» و عبور از خط قرمزهای چند ده ساله این چنینی صدا و سیما است که به نظر می‌رسد مجوز آن در برابر ارایه دیدگاه‌های خاص سیاسی به عوامل سازنده فیلم داده شده است. به غیر از محتوای این سریال، فرم آن نیز با ۴ سری گذشته تفاوتی عمده داشت و آن تبدیل شدن ژانر کم‌دی به درام در چند قسمت پایانی پایتخت ۵ است.

مطرح شدن ازدواج سارا و نیکا، دو شخصیت نوجوان این فیلم نیز از مسایلی بود که واکنش‌های زیادی را برانگیخت. اگر چه در قسمت‌های پایانی واکنش تند والدین سارا و نیکا نسبت به ازدواج زود هنگام دخترانشان نشان داده شد، اما بنابر نظرسنجاری از فعالان حقوق زنان و کودکان، مطرح کردن موضوع حساس و مهمی همچون ازدواج کودکان، اگر چه به قصد مذمت، در جامعه‌ای که طبق قوانین آن

ازدواج زیر ۱۸ سال مجاز است، در سریالی طنز و پرمخاطب در ایام نوروز احتیاج به بررسی‌ها و سنجش‌هایی بیش از آنچه که نمایش داده شد، دارد. دیگر آن که از منظر رعایت حقوق کودکان، با توجه به استرسی که در چند قسمت پایانی با نمایش دادن فضای رعب آور جنگ و ناامنی به بیننده القا می‌شد، بهتر آن بود برای مخاطبان محدودیت سنی در نظر گرفته می‌شد، زیرا بسیاری از سکنان‌های فیلم مناسب کودکان نبود.

نوع بازیگری زنان نیز در این سریال دربرگیرنده نکاتی است. هنگام مطرح شدن مسئله ازدواج فهمیه، بارها و بارها نقی برادر فهمیه گوشزد می‌کند که خواهرش دو فرزند دارد و بهتر است به این خاطر در مواجهه با خواستگارش چندان سختگیری به خرج ندهد، زیرا کمتر کسی پیدا می‌شود که با وجود شرایط خواهرش حاضر شود او را «بگیرد». چنین دیدگاهی کاملاً جنسیت زده و موید آن است که در مقوله ازدواج زن ابژه و مرد سوژه است.

همچنین تغییر ناگهانی و غیر منتظره شخصیت‌ها، که در پایتخت ۱ تا ۴ به عنوان زنی مستقل، تحصیل کرده و به نوعی دانای کل نمایش داده شده بود به یک زن شکننده که از نظر روحی ثبات ندارد نیز قابل توجه است. همایی که در پایتخت ۴، تمام قصه حول محور قصد او برای عضویت در شواری شهر و ثابت کردن توانایی‌هایش به عنوان یک زن مستقل می‌چرخید، در پایتخت ۵ به زنی درمانده و غیر قابل اتکا تبدیل شده که به خاطر مشکلات روحی از شورای شهر اخراج شده است و بیشتر اوقات خود را صرف تماشای برنامه‌های سرگرم کننده‌ای همچون خندوانه می‌کند.



سازندگانش به تولید آن افتخار کنند.

شتر، گاو، پلنگ

اولا شتر، گاو، پلنگ قراره از هر دری براتون حرف بزنه  
ثانیا این بخش صرفا جهت خنده نیست، ثالثا شتر، گاو، پلنگ هیچ شعبه‌ی دیگری نداره.

عجایب زیر زمین

اگه توی ساعت شلوغی وارد ایستگاه مترو شدید و تونستید جون سالم به در ببرید و یکی از دستانتون رو وسط جمعیت از دست ندادید، می‌تونید جزو گروه سخت‌جانان قرار بگیرید، مراحل بعدی هم سختند ولی به نسبت جذابیت بیشتری دارند. اولین مرحله سوار شدن، رقابت توی این مرحله خیلی شدید و کشنده‌ست! در که باز شد، هجوم ببرید و اگر هم کسی گفت (بذارید اول ما پیاده شیم بعد شما سوار شدید) هیچ توجهی نکنید! اگه زیاد توجه کنید، یا لای در گیر می‌کنید، یا جا می‌مونید و یا نهایتا یه جایی گیرتون میاد پشت در که به شکل برچسب می‌چسبید به شیشه اون وقت هرچه دیدید از هل ندادن خودتونه!

برای نشستن ابتدا باید مقداری اطلاعاتتون رو درباره‌ی زبان بدن بیشتر کنید تا بتونید از حرکت چشم و دست و پا، فرد پیاده شونده رو تشخیص داده و با استفاده از مهارتی که از صندلی بازی توی دبستان کسب کردید در یک چشم به هم زدن بشینید (البته اگه اون فرد برای خودش جانشین تعیین نکنه و به یکی ته واگن بگه: بیا شما بشین) بعد از نشستن می‌تونید چتهای گوشی بغل دستیتون رو بخونید و سرانه مطالعه کشور و بالا ببرید.

بگه بتونید توی مسیر به اعصاب خودتون مسلط باشید و در حالی که به میله‌ها گره خوردید نیمه پر لیوان رو هم بینید می‌تونید از بازار مترو لذت ببرید! خدا رو شکر الان تو مترو جوری شده که هرکی فکر کنه یه چیزی تو کیفش اضافه می‌شه می‌فروشته، از کادوی ولنتاین گرفته (و ایشالا حلقه ی ازدواج) بگیر تا ۱۱۱ لواشک با خاصیت درمانی قند خون. پاوربانک ۵ تومنی، سمونو عمه لیلای سفره هفت‌سین، صندلی تختخواب شو و ... حتی جدیدا دیده شده که توی مترو گوش سوراخ میکنن امیدواریم که در سال‌های آینده عمل جراحی قلب بازم کف مترو انجام بشه. چیزهایی که نام بردم خاص مترو هستند و به گفته فروشندگانهای مترو نمی‌تونید بیرون این قیمت پیدا کنید! حتی بعضا اصلا نمی‌تونید بیرون پیدا کنید. خلاصه که بازار مترو برای خودش تبدیل شده به یک برند مخصوص با یک واحد پول خاص (تو مترو انقده) البته اگه از یه جنس خاصی خوشتون اومد و نگران بودید که بعدا چجوری دیگه این جنس رو می‌تونید بخرد کارت فروشنده رو بگیرید و یا توی کانالش عضو بشید. همه اینا که گذشت، خدا نکنه که این وسط دعوا شه من دیگه ادامه نمی‌دم ولی تو اون موقعیت فقط گوشتون رو بگیرید!

کنایه از ناهمانگی و بی‌تناسبی

کاریکاتور

محسن ایزدی



پیشنهادها

روزنامه‌نگاری و شبکه‌های اجتماعی

احمد امید

«روزنامه‌نگاری در رسانه‌های اجتماعی» این کتاب به معرفی و بررسی رسانه‌های اجتماعی مختلف اختصاص دارد. هدف این کتاب، آن است که بین دو گستره «روزنامه‌نگاری» و «رسانه‌های اجتماعی» ارتباط برقرار کند. در این کتاب، از سویی، بستریهایی که در شبکه‌های اجتماعی برای استفاده روزنامه‌نگاران وجود دارد بررسی شده است و از سوی دیگر، تأثیراتی که روزنامه‌نگاری در تعامل با رسانه‌های اجتماعی پذیرفته و تغییرهایی که در نتیجه این ارتباط، متحمل شده است، مطالعه می‌شود. هر فصل با نقل قولی از صاحب‌نظران حوزه مرتبط با آن فصل آغاز می‌شود.

کتاب حاضر در ۷ فصل تنظیم شده است و هر فصل آن (به‌جز فصل اول که به‌طور کلی درباره مفهوم رسانه‌های اجتماعی و ویژگی‌هایش است) به یکی از گونه‌های رسانه‌های اجتماعی می‌پردازد. روزنامه‌نگاری در رسانه‌های اجتماعی نوشته محمود سلطان آبادی را نشر ثانیه در ۲۰۸ صفحه و با قیمت ۱۷ هزار تومان راهی پیش‌خوان کتابفروشی‌ها کرده است.

بازی با حافظه

احمد امید

برای بسیاری از فراگیران زبان خارجی، یادگیری کلمات جدید یکی از سخت‌ترین قسمت‌های هر زبان محسوب می‌شود اما ممرايز در راه یادگیری کمک زیادی به شما خواهد کرد.

این نرم افزار بر یادگیری لغات خارجی از جمله انگلیسی تمرکز می‌کند؛ اما آموزش آن با استفاده از شیوه‌های جالب و خلاقانه به یادآوری معانی کلمات کمک می‌کند که در آن شما مثل یک فضانورد هستید که به سیاره‌ای خارجی سفر می‌کنید و با دادن جواب‌های صحیح برای خود امتیاز جمع می‌کنید.

در واقع ممرايز از الگوریتمی استفاده می‌کند که براساس آن سعی می‌کند در بازه‌های زمانی متفاوت برخی از محتواهایی که حفظ کرده‌اید را یادآوری کند تا نهایتا به بهترین شکل ممکن از پس آموزش زبان جدید بر بیاید.

استفاده از ممرايز به‌منظور افزایش بانک واژگان به کلیه فراگیران از مبتدی تا پیشرفته توصیه می‌کنیم. این نرم افزار برای اندروید، iOS، ویندوز و همچنین نسخه تحت وب آن نیز در دسترس است.

گروه بسته محمد آریان‌نیا

گروه بسته محمد آریان‌نیا

۱: اینکه یهو کانال می‌زنند که آی خلق‌الله بیاید و درباره کراشتون در دانشگاه علامه طباطبائی صحبت کنید بعد در عرض دو سه روز، حدود سه هزار نفر می‌آیند یعنی یک جای کار می‌لنگد! یعنی اینکه این دانشگاه ما که جزو اقطاب فرهنگ و علوم در کشور است این همه کراش دارد که خب مسأله‌ای نیست. در بین آدم‌های فضایی هم ممکن است «کراش» و «مکروش» پیدا شود. اما اینکه کانال بزنیم و با صدای بلند بگویم: «ای آقا که قدت بلند و عینک دودی می‌زنی و سیکس‌پک داری و عطرته هم تلخه، من روت کراش دارم لعنتی» یا اینکه «سرکار خانم ریزه میزه که می‌خوای دماغتو عمل کنی یک نگاهی هم به ما کن» یعنی کار از لنگیدن هم گذشته!

۲: قدیم‌ها که از این خبرها نبود. اولاً پیدا کردن یک عکس سه در چهار از دختر همسایه خودش مصیبت عظمایی بود که بیا و ببین. دوما برای دیدن خانم هم باید صبر می‌کردی که مناسبتی پیدا شود و ایشان کاسه آش نذری را بیاورد و با یک لیخند گوشه لب و با کلی شرم و حیا بگوید بفرمایید. تو هم بگیری و بعد از استفاده، طی یک مراسم ویژه که کلی ادا و اطوار خاص خودش را دارد کاسه آش را ببری به دختر همسایه پس بدهی. تازه کسی که قرار بود از این عشق و عاشقی خیردار شود، یکی از دوستان خیلی نزدیک بود و خلاص!

۳: حتی هنوز در سریال‌های آبدوغ‌خیاری صدا و سیما (که در همین شماره پنبه‌اش را زده‌ایم)، پسر که می‌خواهد ازدواج کند صورتش گل می‌اندازد. آرام می‌رود پیش پدر، پدر با علم غیبی که دارد بی‌مقدمه می‌گوید: «ماشائ... پسرم بزرگ شده‌ها.» ناگهان مادر خانواده هم از بیرون کادر داد می‌زند: «خبه، خبه پدر و پسر خوب خلوت کردینا.» سکانس بعدی هم که مراسم خواستگاری است و دختری که چایی را روی پای داماد می‌ریزد. از آن طرف دختر هم اصولا به کسی علاقمند نمی‌شود. علاقمند هم که بشود فقط می‌توان از پرخاش‌هایش به تنها پسر داستان فهمید که این‌ها آخر قرار است با هم ازدواج کنند.

۴: اما حالا به مدد تلگرام و اینستاگرام ... شما کافی است که از میان انبوه پسرها و دخترهای دور و بر یک گزینه را بیاید. به خصوص در دانشگاه علامه و در دهکده المپیک که اصلا حال و هوایش جان می‌دهد برای کراش بازی! بعد در اینستاگرام انواع عکس‌هایش را می‌بینید. بعد می‌آید در تلگرام در همان کانال مشخصاتش را بلند می‌گویید. یکی از خوبی‌هایش هم این است که آخرش خاطر نشان می‌کنید که آقایون داداشام! دور این لیلی یا مجنون ما را قلم بگیرید؛ برای خودمه! البته برخی وقت‌ها دیگر اعضای کانال این توصیه را به قوزک پا می‌گیرند و در نتیجه «مشترک‌الکراشین» شکل می‌گیرد که داستان‌های خاص خود را دارد.

۵: در این میان از محیط مقدس کلاس و محضر استادان هم می‌توان برای کارهای خاکبرسری مانند نگاه‌بازی، خندیدن‌های حمایتی از همدیگر موقع مژه‌پرانی طرف مقابل، رد و بدل کردن جزوه و کارهای دیگر سود برد. حالا این وسط استاد دارد جان می‌کند که درس بدهد. مهم نیست. کراش را باید دریافت!

سبک زندگی

راهنمایی کوتاه برای جاماندگان از خوابگاه تو فکر یک سققم!

گویا قاعده این است که هر چه به تعداد صندلی‌های دانشگاه‌ها اضافه می‌شود، از تعداد تخت‌های خوابگاه‌ها کم می‌شود. بسیاری از دانشگاه‌ها، دانشجویان شبانه و پردیس و تحصیلات تکمیلی را از لیست مشمولین حذف می‌کنند. اگر شما هم از آن دست دانشجویانی هستید که نگران خوابگاه ترم بعد هستید و به هر دلیلی مثل خوردن سنوات از خوابگاه بی‌نصیب و آدمی نیستید که به اقامتی هرچند کوتاه در نمازخانه و کتابخانه و چتر بازی رضایت دهید، می‌توانید با ما خط به خط دنبال سققمی‌روزن بگردید.

خانه قوم و خویش

چرا برویم؟ امن‌ترین، مناسب‌ترین و بی‌هزینه‌ترین جا برای دختر و پسر هفده هجده ساله که نهایتا رفت و آمدش در شهر خودش خانه تا آموزشگاه کنکور بوده همین خانه دوست و فامیل است. اگر تا آرمیوه طبیعی را هم مادر می‌گذاشته توی کوله‌تان، دو سه ماه اول جدایی حتما دل و دماغی نخواهید داشت و اینکه خیالتان از بابت یک محیط آرام خانگی راحت باشد کمی درد غربت را کم می‌کند.

چرا برویم؟ چون معذب می‌شوید، چون تاریخ ثابت کرده فامیل هیچ قرابت فکری با آدم ندارد و بدتر از آن خیلی به کار آدم کار دارد. خصوصا وقتی فکر کند قیم آدم است!

چطور برویم؟ میزان خونگرمی و مهمان نوازی را پیش پیش بسنجید. نسبت فامیل دور و آقای مجری دور است اما صمیمتش به صدتا خاله و عمو می‌ارزد.

خوابگاه‌های خودگردان

چرا برویم؟ استقلال، بهره‌مندی از حداقل لوازم اولیه زندگی، اینترنت رایگان که از نان شب واجب‌تر است و البته سلف که از پخت و پز بی‌نیازتان می‌کند. امکان بستن قراردادهای کوتاه مدت و چندماهه.

خانه مجردی

چرا برویم؟ سرور و نوکر خودتان هستید، نه محدودیت زمان دارید نه مجبور به تحمل هم‌اتاقی. می‌توانید به همه کتاب‌های نخوانده، فیلم‌های ندیده و .. بپردازید و شب‌های امتحان در سکوت محض درس بخوانید.

چرا برویم؟ فعلا اولین دلیل هزینه است. برای سوئیت ۴۵ متری در همان فاطمی باید حداقل ۳۰ میلیون رهن و ۱ میلیون اجاره را در نظر داشته باشید. بار کلی زندگی با همه مسئولیت‌هایش روی دوش خودتان است. از درگیری خرید و پخت و پز و نظافت خانه تا سر و کله زدن با همسایه‌های کنجکاو و حضور جلسه ساختمان. هزینه خرید یک دست جهیزیه ناقص می‌افتد روی دوستان.

اکثر اوقات هم باید در حال پیچاندن آشنایان و حتی غیرآشنایانی باشید که می‌خواهند چتر مهمانی‌ها و برنامه‌های فرهنگی‌شان را خانه شما بگسترانند.

چطور برویم؟ ژانر خاصی خانه را به مجرد جماعت خانه اجاره می‌دهند. آپارتمان‌هایی قدیمی، طبقه‌های بالا و بدون آسانسور، واحدهای زیرزمین و ... پس حواستان باشد خانه چه ویژگی داشته که رفته در فایل مجردها. ظاهر معقول و بچه مثبت برای خودتان بسازید و کارت دانشجویی همراهتان باشد. با بزرگتر راهی شوید. مفاد قرارداد را کامل بخوانید. اگر خدایی ناکرده خرج زندگی مستقل داشت شیب به کمر خود یا ابوی می‌داد، می‌توانید به فکر همخانه باشید.

نقش نور و آینه

شکوه ملکیان

منیر فرمانفرمایان اولین و تنها هنرمند زن ایرانی است صاحب موزه‌ای اختصاصی در ایران شده است؛ در این نمایشگاه که شش ماه بیشتر از گشایش آن در نگارستان دانشگاه تهران نمی‌گذرد، ۵۰ اثر تجسمی که آینه‌کاری‌هایی نقاشی شده است به نمایش در آمده. فرمانفرمایان ۹۳ ساله که در سال‌های اقامتش خارج از ایران با نقاشان برجسته و صاحب سبکی چون جکسون پولاک و اندی وارهول در ارتباط بوده، پیش‌تر این آثار را در موزه گوگنهایم نیویورک به نمایش گذاشته بود. تماشای سبک انحصاری فرمانفرمایان که فرهنگ ایرانی را در قالب هندسه‌گرایی به نمایش گذاشته می‌تواند انتخاب مناسبی برای گشت و گذارهای فرهنگی پس از امتحانات باشد.



روز شنبه فرمانفرمایان

زاکریبگ در دادگاه

جیم پاول

پرونده مارک زاکریبگ چه برای اهالی رسانه و چه علاقه‌مندان به تکنولوژی جالب بود. جیم پاول از این دادگاه چهره زاکریبگ را به نحوی که شاید گویای کمرنگ شدن قدرت او و استحاله‌اش در برابر اتهامات وارده و سرانجام عذرخواهی او باشد به تصویر می‌کشد. حال اینکه همچنان در این عکس با اینکه چهره، خود تصویری بیش نیست فضای بیشتری از واقعیت و هیئت منصفه را به خود اختصاص داده است و چنان که با دهانی باز که آماده پاسخگویی است بر آنها چیره شده، این عکس در بین ده عکس خبری برتر ماه گذشته به انتخاب گاردین قرار گرفته است.

