info@payamdaily.ir

نخستین روزنامه صبح البرز

پیام آشنا

شماره ۱۵۴۶
سه‌شنبه / ۱ بهمن / ۱۳۹۸
۲۵ / جمادی الاول / ۱۴۴۱
21 / Jan/ 2020

صاحب‌امتیاز: موسسه همگامان اندیشه زمان
مدیرمسئول: محمود حیدری سردبیر: باهره حیدری
نشانی: کریم‌طباطبائی، خیابان فرهنگ، جنب کانون گارشناسان، رسمی دادگستری
تلفن: ۳۲۵۳۲۸۳۸-۳۲۵۳۴۴۳۳-۰۲۶ فکس: ۳۲۵۵۳۸۳۸
فکس اینترنتی پیام آشنا: ۰۲۱-۸۹۷۸۶۷۳۹
امتیاز در طرح ارزیابی کیفی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۴۲/۲۶
چاپ: کارگر

با شعرای کرج

بوی باران

بوی باران می دهد امشب هوای انتظار
چتر دل را می گشایم در سرای انتظار

پر شود از پر هجرت، آسمان اشتیاق
می دهم تاوان هجرت، در ازای انتظار

می زنم قاب خیالت را، به دیوار دلم
می نشینم سر به دیوار، از جفای انتظار

حجمی از یادت نمایان شد ز پشت پنجره
می رسد از پشت در اینک صدای انتظار

یاد تو گل کرده امشب تا به گلدان دلم
پر کشد بوی نجیبت، در فضای انتظار

بس که چشم من زلای در به کوچه ره کشید
مانده در کوی نگاهم، جای پای انتظار

من «رها» سازم، عنان اختیارم را دگر
تا فدا سازد وجودش را برای انتظار

بهروز قاسمی (رها)

قاب سبز

«شعر» غم دل را تسکین می‌دهد

اکبر اکسیر از این‌که شعر به عنوان یک رسانه برتر بزرگ‌ترین بار غم ملی را بر عهده دارد، می‌گوید.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا: این شاعر درباره وظیفه اجتماعی ادبیات و خصوصا شعر در جریان حوادث اخیر اظهار کرد: شعر به عنوان یک رسانه برتر که دائم با عواطف انسانی در ارتباط است، بزرگ‌ترین بار این غم ملی را بر عهده دارد و در طول تاریخ ملی‌مان همیشه مردم را به پای شاعران و شاعران را به پای درد مشترک مردم راه آمدند و دیوان‌های شعر گواه این همدردی و همسویی با مردم است.

او افزود: می‌توانیم بگوییم از آغاز شعر فارسی، شعر ایران، خصوصا غزل حافظ در زمانه خودش، تا به امروز که ما به شعر نو رسیدیم همگی با هر زبانی به ستایش مهربانی برخاستند و غمی را که بر دل مردم نشسته است تسکین دادند. این روزها روزهای همدردی با مردم شریف است و ما خیال نمی‌کنیم که مثلا یک هواپیما با چند سرنشین از دست دادمایم، ما خیال می‌کنیم که یکی از اعضای خانواده خودمان را از دست دادمایم.

این شاعر گفت که یکی از جانباختگان حادثه هواپیمای مسافربری اوکراین از دوستان نزدیک او بوده است و توضیح داد: یک دانشجوی آسترالیی به نام بهاره کرمی‌فرد دوست نزدیک خانواده‌گی ما و برای‌مان عزیز بود. این‌ها نشان‌دهنده این است این عزیزانی که برای تحصیل به خارج از کشور می‌رفتند، گل سر سبد خانواده خود و نمونه بودند و ما آن‌ها را از دست دادیم که جایگزینش هیچ چیز نمی‌تواند باشد. من از روز آغاز این غمها و دردها اصلا شعر طنز از یادم رفته است و گیج، به شعرهای قیلی و غزل‌هایم پناه بردمام.

او افزود: برای پرداختن به این دین اجتماعی شاعران و نویسندگان ما باید پیشتاز مردم در جامعه باشند و این غم بزرگ را بین دل های مهربان ایرانیان صبور و جز این که تسلایی باشد برای خاطر داغ دیدگان و شهدای حادثه‌های اخیر باید شعرها غم‌نامه‌های بشان را بسرایند و به اشتراک بگذارند و صبوری خود را حفظ کنند و بدانند که این غم همیشه با ماست و هرگز از یاد ما نخواهد رفت.

شاعر «زنبورهای عسل دیابت گرفته‌اند» همچنین با بیان این که شاعران و نویسندگان ما برای پرداختن به دین اجتماعی پیشتاز مردم در جامعه باشند، اظهار کرد: شاعران باید برای تسلای خاطر داغ‌دیدگان و شهدای حادثه‌های اخیر غم‌نامه‌های‌شان را بسرایند و به اشتراک بگذارند و صبوری خود را حفظ کنند و بدانند که این غم همیشه با ما است و هرگز از یاد ما نخواهد رفت.

اکبر اکسیر شعر «سقوط» خود را که سالیان قبل سروده است، خواند که در پی می‌آید:

وقتی پرنده افتاد
از ارتفاع پرواز
وقتی که غنچه پژمرد
در اضطراب گلدان
وقتی تو گریه کردی
ای صادقانه ای شعر
از وحشت جدایی
من نیز گریه کردم.

خبر

تلاش برای ساماندهی فروش کتاب در مترو

فعالیت تنها با جواز صنفی

رئیس اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران از رایزنی با شرکت مترو تهران برای ساماندهی فروش کتاب در ایستگاه‌های مترو خبر داد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر: این روزها اگر گذر شهروندان تهرانی به ایستگاه‌های مترو افتاده باشد، حتماً با بساط کتابفروش‌هایی در این ایستگاه‌ها روبرو شده‌اند که در آن‌ها با تابلویی بزرگ اعلام شده کتاب‌های موجود در محل بساط با ۵۰ درصد تخفیف فروخته می‌شود و اگر این شهروندان کمی هم اهل کتاب و مطالعه باشند و کشیده شده باشند به سمت این بساط‌ها با انواع آثاری روبرو شده‌اند که نامی آشنا و البته ناشر و مترجمی ناآشنا دارند.

این اتفاق که این روزها در این قالب و نیز برپایی فروشگاه‌های غیر رسمی کتاب در گذرهای مختلف تهران در حال رخداد است، شکلی تازه‌ای از بازار فروش کتاب‌های موسوم به قاچاق است. کتاب‌هایی که کاملا نسخه کپی شده و غیرقانونی منتشر شده از آثار ناشران مطرح بوده و گاه آثاری که متنی کاملاً کپی شده از نسخه ناشر اصلی دارد اما در جلد نام و نشانی از ناشر و مترجمی مجعول را بر خود یدک می‌کشند.

در سال‌های اخیر این پدیده ابتدا در قالب دست‌فروشی‌های کنار خیابان و رفته‌رفته در قالب فروشگاه‌های موقتی در گذرهای پر رفت‌وآمد تهران و به‌تازگی در قالب کتابفروشی‌های موقت درون ایستگاه‌های مترو جا باز کرده است و جالب اینکه تمامی این اقدامات نیز با هماهنگی و اطلاع مسئولان مرتبط در شهرداری و مترو در حال انجام است.

هومان حسن‌پور رئیس اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران در این زمینه به مهر می‌گوید: مشکل ما با بساطی‌های قروش کتاب در تهران مشکل دراز دامنی است. مسئول برخورد با آنچه که سد معبر نامیده می‌شود، شهرداری است. طبق قانون هم شهرداری است که نباید اجازه دهد این بساط‌ها در تهران برپا شوند اما انگار این مسأله به شکلی پرسه‌دار شده و شهرداری هم به بهانه مغالی این افراد و کار فرهنگی‌شان با آنها برخورد نمی‌کند. غافل از اینکه این مماشات به پهلی نابودی یکصنف و حرفه کتابفروشی در شهر تمام می‌شود.

وی افزود: وقتی ما حرفه‌ای مستقل به اسم کتابفروشی داریم برپایی بیمارستان در هر بیمارستان یا هر مکان عمومی دیگر، معنایی ندارد چرا اینکه این کتابفروشی‌ها هم زیر سقف قانون صنفی قرار بگیرند نه اینکه یکمیز و یکصندلی و تعدادی کتاب که از کتاب بودن تنها اسمش را به کتاب می‌کشند، فراگیویم کتابفروشی.

حسن‌پور در ادامه از انجام گفتوگوهایی با بدنه شرکت مترو تهران برای ساماندهی به این پدیده خبر داد که بر اساس آن امکان ساماندهی این کتابفروشی‌ها در مترو تهران فراهم خواهد شد.

رئیس اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران همچنین گفت: متاگرانی با مدیران مسئول در این زمینه انجام شده که کتابفروشی‌های مترو تهران قاعده‌مند شوند. بر این اساس پیشنهاد شده قشا و مکان را برای این افراد مترو تأمین کند اما قطایت آنها متوط به دریافت مجوز از اتحادیه شود؛ مجوزی که می‌تواند کوتاه مدت یعنی شش‌ماهه یا یکساله باشد.

همچنین خواسته‌ایم که قراردادهایی که برای ایجاد این کتابفروشی‌ها صادر می‌شود، از کانال اتحادیه منتشر شود تا افراد بیشتر و متخصص‌تر بتوانند این امکان شغلی را در اختیار بگیرند.

وی گفت: نگاه ما بر استانداردسازی این مکان است و بر این اساس فکر می‌کنیم که باید کتابفروشی‌ها مترو یک شاییل استاندارد را به خود بگیرند و ساماندهی شوند و با جواز رسمی صنف به قروش کتاب بپردازند. این شکل از ساماندهی باعث می‌شود هر کتاب دیگری در این قروشگاه‌ها فروخته نشود و چرخه نشر به درستی در مسیر خود به حرکتش ادامه دهد و مهیشت کل صنف نشر تأمین شود.

به گفته حسن‌پور این پیشنهاد گرچه به صورت ضمنی مورد موافقت قرار گرفته اما به‌صورت عملی هنوز ابلاغ و در دست اجرا قرار نگرفته است.

مقاله

صنعت «سخن بزرگان»

بارانِ جملاتِ قصار در رسانه‌های اجتماعی

اشاره: این مطلب را ویکتوریا ترک نوشته است و در تاریخ ۲۷ آگوست ۲۰۱۹ در وبسایت وایرد منتشر شده است. وبسایت ترجمان آن را در تاریخ ۳۰ دی ۱۳۹۸ با عنوان «صنعت سخن بزرگان» و ترجمهٔ نجمه رمضانی منتشر کرده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ترجمان: «روزی که در آن هستی هدیهای است که به تو داده‌اند؛ به مسیر بیندیش، نه مقصد؛ «زندگی کن، عشق بورز و بخند (و قراموش نکن این پیام را به اشتراک بگذاری و صفحه‌ام را دنبال کنی)»

جملات انگیزه‌بخش بخش جذابی نایدیری و رسانه‌های اجتماعی‌اند. مخصوصاً قیس‌بوک و اینستاگرام که سرتاسر آن‌ها را پیامهای «پرمغزی» گرفته که اغلب پس‌زمینه‌های شگفت‌انگیزی هم دارند. حتماً متوجه منظورم هستید. عکس‌هایی از آبشارهای بزرگ و غروب‌های زیبا با جملاتی مثل «تا باران نبارد، رنگین‌کمانی در کار نخواهد بود». همان پیامهایی که خالهتان مدام به اشتراک می‌گذارد و خودش هم زیرش نظر می‌دهد که «کاملاً موافقم».

۶۶۹۰۰۰ دنبال‌کننده دارد و حساب قیس‌بوک @quotesandsayings بیش از ۴ میلیون دنبال‌کننده دارد. علاقهٔ او به جملات انگیزشی سود قراوانی برایش داشته و در حالی که هنوز یک شغل اداری در بخش صنعت وایرلس دارد گفته که اخیراً از تبلیغ درو به‌سایتش دو تا سه برابر درآمد معمولی‌اش پول درآورده است. او می‌گوید: «به خاطر سودی که از تبلیغات به دست می‌آورم، حالا دیگر می‌توانم کارم را کنار بگذارم.»

شان خیلی زود متوجه مقبولیت جملات انگیزه‌بخش شد. روزی در دوران نوجوانی داشت در یک کتابفروشی گشت‌وگذار می‌کرد که به کتاب کوچکی از جملات معروف برخورد. چیزی در این گفته‌های موجزبود که نظرش را جلب کرد و او دست به کار شد تا مجموعهٔ شخصی خودش را گرد آورد. مجموعهای از جملات که طنین خاصی داشتند. در ۱۹۹۸، او ارسال ایمیل‌های «تأمل روز» را آغاز کرد و دامنهٔ وب HappyPublishing.com را ثبت کرد (با شعار «کمک می‌کنیم به چیزهایی بیندیشید که قبلاً هرگز به آن‌ها فکر نکرده‌اید») و اینتا تنها هدفش این بود که کتاب‌های جیبی‌اش که بیشتر گردآوری کرده بود را آنجا معرفی کند.

پس از چند سال او دربارهٔ بازاریابی اینترنتی و بهینه‌سازی موتورهای جستجو (SEO) مطالعه کرد و توانست کاری کند وبسایتش از اولین نتایج جستجوی عبارت «جملات انگیزه‌بخش» باشد. بعد با تغییر الگوریتم گوگل به شدت رتبه‌اش پایین آمد. دو تغییر الگوریتم در ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲، که به آن‌ها گوگل پاندا و گوگل پنگوئن می‌گفتند، بسیاری از کلک‌های سئو را که آنهایی مثل شان تا آن زمان به کار می‌بستند- هدف قرار داد تا محتوای کم‌کیفیت از رتبهٔ پایین‌تری برخوردار شود.

شان می‌گوید «ظن وقت بود که به نوعی اینترنت را بویسیدم و کنار گذاشتم خیلی خسته بودم، نمی‌توانستم به رتبهٔ قبلی خود برسم و همه چیز را تعطیل کردم- حتی خبرنامهٔ ایمیلی‌ام را با ۳۵۰۰۰ عضو که از بزرگترین اشتباهاتم بود».

از بسیاری جهات، تاریخ صنعت جملات انگیزه‌بخش آغازین پایه‌یابی تاریخ چگونگی استفاده از اینترنت جلو آمده است. وقتی شان ارسال ایمیل‌ها را کنار گذاشت، رسانه‌های اجتماعی‌اش به رشد بودند. او در قیس‌بوک و توئیتر حدود ۴۰۰۰۰ دنبال‌کننده داشت و از اعضای خبرنامهٔ ایمیلی خود هم خواست او را دنبال کنند. می‌گوید: «من احمق فکر می‌کردم الان همه همین کار را می‌کنند. کافی است چند سالی مدام ایمیل قرودارد کنید تا بفهمید گسترهٔ رسانه‌های اجتماعی همیشه هم چندان وسیع نیست.»

شان می‌گوید تعداد دنبال‌کنندگانش در قیس‌بوک تا مدت‌ها حدود ۴۵۰۰ نفر بود اینتا تنها جملات متنی ارسال می‌کرد متوجه شد که الگوریتم به منظم پیام‌گذاشتن امتیاز می‌دهند و ناگهان روزانه هزاران دنبال‌کنندهٔ جدید پیدا کرد. همچنین با دیگر صفحات سخن بزرگان وارد معامله شد و محتوای صفحهٔ آن‌ها را در صفحهٔ خود منتشر می‌کرد و نر مقابل آن‌ها هم همین کار را برای او می‌کردند. یکی از همین همکاران علاقه‌مند به جمله توصیه کرد که از ارسال متن تنها دوری کند و این شد که از آنچه خود «متصور جمله» می‌نامد استقبال کرد؛ ترند جملات الهام‌بخش با پس‌زمینهٔ تصاویری از غروب و منظره که اکنون در رسانه‌های اجتماعی گسترده شده است. او تصاویر خود را با استفاده از نرم‌افزارهایی مانند Word Swag می‌سازد. البته خود اشاره می‌کند که به نظرش بسیاری از حسابها به همین راضی هستند که تصویر جمله‌های بدون نقی را که در دیگر جاها می‌بینند، دوباره استفاده کنند.

یک جملهٔ الهام‌بخش وقتی چطور ساخته می‌شود؟ شان می‌گوید: «راستش را بخواهید، من بسیاری از مطالب اینترنتی را دوست ندارم. وقتی بین کلی آدم‌شافل می‌گردید و ناگهان چیز ارزشمندی پیدا می‌کنید که چشمتان را می‌گیرد. انگار ناگهان دویلیمین مترتان افزایش می‌یابد. این حس وجدآمیز مثل نوشداروییی که خورده باشید. تمام وجودتان را می‌گیرد. دوست دارم این تجربه را «همتمدار آگاهی» بنامم. یک هشدار آگاهی دریافت می‌کنید و حس می‌کنید تعنتان هر لحظه باز شده است و با تجربهٔ کاملاً جدیدی مواجه هستید که پیش از آن هرگز از سرنگذرانده بودید.»

خود شان جمله‌هایی بلندتر و اسرارآمیزتر را از نویسندگانی مانند رالف والدو امرسون و آرتور شوپنهاور ترجیح می‌دهد اما دنبال کنندگانش واکنش زیادی به این جمله‌ها نشان نمی‌دهند. او می‌گوید: «خیلی جالب است که آدم می‌بیند مردم به نسبت بیشتر به جمله‌های واقعاً ابتدایی و مزخرف واکنش مثبت نشان می‌دهند. جمله‌هایی که به نظر بسیار به‌درد نخور هستند. بعد چشمتان به مطلب آنلاینی می‌خورد که قویق‌العاده و جذاب است و اصلاً به آن توجهی نمی‌شود. سطح پیشرفت افراد متفاوت است و متوجه می‌شوید که باید مرز اسفیت را سالت به سالت جلو ببرید.»

می‌گوید اکنون می‌کوشد چیزهایی را پیدا کند که بیشتر مردم دوست دارند؛ یعنی جمله‌های تک‌خطی ساده و نه چیزهایی که خودش عموماً می‌سندد. علی سالیان، او مجموعه‌ای از حدود ۴۰۰۰ جمله گردآوری کرده و معمولاً با قیلترهای جدید همان مطالب قبلی را دوباره ارسال می‌کند. همچنین یک جدیات را در مستجر مدیریت می‌کند که جملهٔ روز ارسال می‌کند و هر روز غروب یک ویدئوی زنده پخش می‌کند (مطالب جدیدش این هاست: «آیا می‌توانید همیشه به همه خدمت کنید؟»، «آیا به دنبال لذت‌های خود می‌روید؟»). او هنوز در اینستاگرام کار کاشته نشده است. صفحاتش @quotesandproverbs. حدود ۵۳۰۰۰ دنبال‌کننده بروبقرص دارد که بسیار کم است و او با ظریف کردن افراد برای تماشای جملاتش در وبسایت که دارای تبلیغات است درآمد کسب می‌کند؛ دیگر دارندگان صفحات جملات معروف هم باقروش کتاب الکترونیک یا شعرخانی‌های الهام‌بخش به درآمدهایی می‌رسند.

تنها صفحات سخن بزرگان نیستند که روی پدیدهٔ جملات انگیزه‌بخش سرمایه‌گذاری می‌کنند؛ برندها هم به‌عنوان یک ابزار خوب بازاریابی به این قالب روی می‌آورند. در ۲۰۱۸، لورا بلاگری که کسب‌وکار است و شرکت تاکینگ شوریمب را اداره می‌کند، پس از نوشتن مطلبی در Money.com به شهرتی ناگهانی دست یافت. مطلبی با عنوان «من روزی ۶۰۰۰ دلار حقوق می‌گیرم تا در اینستاگرام جملات الهام‌بخش بنویسم» اینطوری نوشتم شغل ایدئالم را پیدا کنم».

بلاگری علاوه بر به اشتراک‌گذاری همان جملات قدیمی‌ای که هر روز برایتان ارسال می‌شود، جملات خود را هم می‌سازد. اوایل آن‌ها را فقط برای صفحهٔ اینستاگرام خودش می‌نوشت. صفحه‌ای با ۳۴۵۰۰ دنبال‌کننده تا بتواند مهارت‌های کسب‌وکارش را نشان دهد. او می‌گوید: «چیزی که بیانگر چیزی باشد. قابلیت ارسال دوبارهٔ بسیار بیشتری از عکس یا عبارتی در روی شن در کنار اینتاب دارد.» جمله‌های او اغلب دارای نوعی شوخی است و اغلب به صنعت کپی‌رایتینگ و سبک زندگی حرفه‌ای او اشاره دارد.

آخرین مطالبش این هاست: «همیشه می‌توانید داستان خود را عوض کنید (همگه زمانی که دیگه دستگیرتون گرد بشن.)» و «اینکه می‌گویند به اندازهٔ ارزشتان پول بگیرید به معنای ارزش انسانی شما نیست. کسی نمی‌تواند این قیمت آن برآید.»

بعد یکی از مراجعان او، ساشا هیتز که روانشناس و مربی زندگی بود از بلاگری خواست برای او هم جمله بنویسد. هیتز سه به سه کمی دوست داشت منتظل کند جملهای را ارسال می‌کرد و بلاگری دستی به سر و گوشش می‌کشید تا شکل از شاگرد بگیرد. بلاگری خود این خدمات را تبلیغ نمی‌کند اما این عدد ۶۰۰۰ دلار را براساس رتبهٔ معمول روزانهٔ خود در آن زمان به دست آورد. البته او تصریح می‌کند که در مقایسه با دیگر اشکال کپی‌رایتینگ، زمان بسیار کمی را صرف این جملات می‌کند و اغلب تماموقت کار نمی‌کند.

جملات بلاگری، نوآوری حرف اول را می‌زند. «ایالتشرلز جملهای مانند «خودت باش، زیرا بقیه نقش‌ها قبلا گرفته شده‌اند» و «اندر آن نمی‌توان از دیگران پیشی گرفت اصلاً آوردن چنین جملهای غلب کنایه‌آمیز است.» او می‌گوید شاگرد اولش تزیماً با نتیجه تناسب ندارد. گاهی تمام روز به چیزی می‌اندیشد و مردم اصلا به حاصل کارش علاقه‌ای نشان نمی‌دهند و گاهی قلب‌ابداعه چیزی می‌نویسد و حسابی گل می‌کند.

چرا جملات انگیزه‌بخش برای برخی این‌قدر مطلوب و در نظر برخی دیگر این‌قدر مضحک‌کننده‌اند؟ این قالب احتمالاً به خاطر قابلیت اشتراک‌گذاری طراحی شده است. اینتا به واسطهٔ نقل قول‌های شفاهی یا در کتابهایی مانند آنچه شان در نوجوانی خواند و حالا در رسانه‌های اجتماعی- گوردن پنیکوک، روان‌شناسی در دانشگاه رجینای کافلد که کتابی با عنوان دربارهٔ دریافت و شناسایی چرندیات (زرق‌ها) در ۲۰۱۶ در برنده جایزهٔ ایگنوبل شد، می‌گوید: برخی افراد بیش از بقیه مستعد هستند که نکات حکیمانه را به جملات بی‌معنی نسبت دهند و این افراد کمتر اهل تأمل هستند و توانایی شناختی پایین‌تری دارند. همچنین احتمالاً بیش از سایرین به مسائل فوق طبیعی معتقدند و مکمل و داروهای جایگزین را تأیید می‌کنند. واضح‌تر بگویم، پنیکوک در کارش با ظریف کردن افراد برای تماشای جملاتش در وبسایت که دارای تبلیغات است درآمد کسب می‌کند؛ دیگر دارندگان صفحات جملات معروف هم باقروش کتاب الکترونیک یا شعرخانی‌های الهام‌بخش به درآمدهایی می‌رسند.

پرمغزتر می‌دانستند. احتمالاً جملات شوق‌انگیز واقعی را هم پرمغزتر می‌دانستند و پنیکوک نوعی تشابه میان «مزخرف» ساخته‌شده‌ای که او توصیف به کار بردند و برخی جملات عجیب‌غریب دید که ناگهان در رسانه‌های اجتماعی شهرت پیدا می‌کنند. یک ویژگی رایج، استفاده از نام و تصویر گل‌هاست که باعث می‌شود یک جمله از آنچه در زبان واقعی وجود دارد مهم‌تر و مؤثرتر باشد. او می‌گوید: «در بسیاری از موارد، جمله کاملاً پیش پا افتاده است. بیشتر کتاب‌های خودیاری روش‌های بسیار متنوعی به کار می‌بندند برای گفتن همان مطلب همیشگی که «اینه دیشتر بکوشی.»»

پنیکوک می‌گوید در نهایت، دوست داریم چیزهایی را به اشتراک بگذاریم که احساساتمان را صیقلاً تحریک می‌کنند. حالا چه خبرهای جملی باشد، چه جملهای الهام‌بخش. به راحتی می‌توان گفت‌وگوی تاریخ را که زیادی درگیر شعارهای تکراری می‌شوند، به سخره گرفت. اما مشکوک‌بودن افراطی هم ممکن است خوبی‌های خودش را داشته باشد. «بخشی از شگفتی جهان مرهون همین است.»

برگه

اوقات شرعی فردا

اذان صبح	طلوع آفتاب	اذان ظهر	غروب آفتاب	اذان مغرب
۰۵:۴۷	۰۷:۱۶	۱۲:۱۶	۱۷:۱۵	۱۷:۳۴

خوانش

که به غیر با تو بودن دلم آرزو ندارد

حسین منزوی

فال ۴۴

امروز با حافظ

خنک نسیم معنبر شمامه‌ای دلخواه
که در هوای تو برخاست بامداد پگاه
دلیل راه شوای طایر خجسته لقا
که دیده آب شد از شوق خاک آن درگاه

برگه

زندگی مسئله‌ای برای حل کردن نیست، واقعیتی است که باید آن را تجربه کرد.

سورن کی‌یرکگارد

برپده جراید

دانستن اخبار منفی مهم‌تر از ندانستن است

اعتماد: نویسندهٔ رینا استلار- پژوهشی در دانشگاه زوریخ می‌گوید بخش عمدهای از جمعیت جهان علاقه چندانی به اطلاعات بی‌شماری که هر روز در رسانه‌ها منتشر می‌شود، ندارند و این آمار به صورت معنادار در میان جمعیت پسران جنگ‌گیر نراست. از طرف دیگر موسسه تحقیقاتی «توگ- موسسه‌ای تزویک به ۱۰ سال است روند توجه به اطلاعات واخبار را بررسی می‌کند» می‌گوید تعداد افرادی که به دانستن اخبار منطقه‌ای، بین‌المالی سیاسی و اقتصادی تمایلی ندارند با سرعت رو به افزایش است و در واقع قسمت اعظمی از روزنامه‌ها در حال از دست دادن مخاطبان و در لبه‌ه کارمندان خود هستند. این موسسه توضیح می‌دهد که این اتفاق باعث بدیت آمدن مفهومی به نام «محرومیت خبری» شده است. این «محرومیت خبری» برای آن دسته از جامعه است که مصرف‌کننده اطلاعاتی حتی کمتر از حد متوسط هستند یا اینکه اخبار و اطلاعات بی‌کیفیت را استفاده می‌کنند. براساس این اطلاعات «محرومیت خبری» بین ۱۶ تا ۲۹ ساله‌ها بسیار رایج‌تر از بقیه افراد است.

این استیتوی تحقیقاتی این پدیده را از چند منظر مشکل‌ساز می‌داند و آن را این گونه شرح می‌دهد که این افراد غالبی اطلاعات سیاسی کمی دارند و به سختی در جریان‌های سیاسی- دموکراتیک کشور خودشان درگیر می‌شوند. در عین حال آنها به حمایت‌های دولتی اعتماد چندانی ندارند و در آخر چهره اجتماعی آنها با رسوایی، بحران معنا می‌گیرد و بیشتر از دیگران دچار حوادث می‌شوند. «توگ» که یافته‌های خود را از طریق پرسشنامه به دست می‌آورد از سال ۲۰۰۹ سالانه ۳۴۰۰ مصاحبه آنلاین انجام داده و با «ویترز» نیز همکاری دارد. اما برخلاف این موسسه، شرکت‌های معتبر «ویترز» این گرایش را نه به دلیل پدیده «محرومیت خبری» بلکه به دلیل اعتنا کردن عموم از پرداختن به اخبار می‌داند. به این معنا که افراد طبق گفته خودشان غالباً از خواندن اخبار خودداری می‌کنند. ارزیابی‌ها و وقعیت مطابق نیستند و گاهی سبب شکل‌گیری شکاف‌های عمیقی در این حوزه شده‌اند.

تفسیر این نتایج هر چه باشد، واقعیت‌هایی به‌دست‌آمده براساس آمار کاهش محبوبیت رسانه‌های عمومی برای ما روشن می‌سازد که میل مخاطبان به رسانه‌های عمومی کم شده و آنها به دنبال چیز دیگری هستند.

محققان زوریخی یافته‌های خود را بر اساس شواهد دیگری استدلال کردند: شما می‌توانید بسترهای نرم‌افزاری پیشرفته‌ای در استفاده از شبکه‌های اجتماعی را ببینید این موضوع بدین معناست که مصرف اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی به طور قابل توجهی در حال افزایش است و هم‌اکنون به بالاترین حد خود نسبت به سال‌های اخیر رسیده. اگر چه دهم از پاسخ‌دهندگان نظرسنجی‌ها شبکه‌های اجتماعی را به عنوان منبع اصلی اطلاعات خود معرفی کرده‌اند اما این سیستم عامل‌ها این روزها به عنوان یک همراه جدائشدنی معنا می‌شوند که در درجه اول به کاربران برای تبادلات شخصی و سرگرمی خدمت می‌کنند. افزایش نفوذ این شبکه‌ها از تباط بالا به‌دست‌آمده کاهش اخبار را نسبت می‌کند و در لبه‌ه درک از رسانه‌های روزنامه‌نگاری را تضعیف کرده و به سادگی پدیده «محرومیت از اخبار» را از تنها می‌بخشد. طبق گفته توگ، یک رفتار متناقض از طرف کاربران وجود دارد: «اعتماد آنها به شبکه‌های اجتماعی رو به زوال است در حالی که آنها در عین حال از عملکرد مهم رسانه‌های اطلاعاتی حرفه‌ای به عنوان ضامن گفتوگوهای روشنفکرانه نیز آگاهند. با این وجود قسمت اعظمی از جمعیت از مصرف واقعیت‌های عینی صرف‌نظر می‌کنند.» این فاصله یک توجیه خوب هم دارد که بسیار هم ساده است «عدم تمایل به به بیرون کشیدن کیف پول». واقعاً چه کسی حاضر است برای اطلاعات موثق آنلاین پول پرداخت کند؟ آمار نشان می‌دهد که تنها ۱۱ درصد این پرداخت را قبول دارند.

دلیل اصلی این «خساست خبری» هم وجود اطلاعات بی‌شماری است که آزادانه در دسترس‌اند. علاوه بر این طبق اعلام «توگ» رقابت و پیشنهادهای سرگرم‌کننده پر طرفدارتری هم دامنه تنظیگس، اپیچی‌او و- در دسترس‌اند که می‌گویند اگر قرار است پولی هم خرج شود، مصرف‌کننده‌گان تمایل دارند در راستای این سرگرمی‌ها باشد. اقدام‌هایی چارچوبه‌ه مستقیم‌تر و غیرمستقیم‌تر قرارداد هم البته ارایه شده است از قبیل تقویت رسانه‌های عمومی توسط حمایت‌های دولتی که برخی آن را خطری برای آزادی رسانه‌ها می‌دانند و برخی دیگر با استناد به موفقیت این پروژه در کشورهای اسکاندیناوی و قرار گیری آنها در لیست کشورهایی با رسانه‌های آزادتر یاد می‌کنند.

اما بگذارید باز گردیم به نتیجه تحقیقات «ویترز» به نظر می‌رسد که مخاطبین از حجم عظیم اطلاعات دریافتی و تفسیر آنها در زمان‌هایی که تشویش‌ها و دل مشغولی‌های شخصی افراد سر به فلک زده بسیار خسته‌اند تا جایی که افراد دست از دانستن اطلاعات مولود هم دست‌اند. شاید به این دلیل که آنها با اخبار به ظاهر مولود هم بارها گول خورده‌اند و تنها نقش وسیله‌ای برای قدرت‌ها را ایفا کرده‌اند و دیگر شوک‌های روزمره روزنامه‌ها را مرهمی برای زندگی بریتج و خو خود نمی‌دانند. بعضا حتی این تحقیقات را برآیند نگرانی دولت‌ها و روزنامه‌ها جهت کاهش درآمدهای‌شان می‌دانند نه صرفاً برای پیدا کردن راهی برای نجات انسانیت. چه بسا بهتر بود از ابتدا از همه افراد می‌پرسیدند آیا تمایل به بازی کردن و بازی خودتن دارید؟ و بعد جهان را تقسیم‌بندی عادلانه‌تری می‌کردند.

چنین درکی با وجود سادگی‌اش بسیار اساسی است. دانستن منفی‌ها مثل همین نپرداختن به اخبار، گاهی بی‌تاثیر در زندگی و آینده‌مان شاید قدرتمندتر از دانستن مثبت‌ها باشد- بر دلیود ترک نکن به جای آن بر هر آنچه دلبود نیست تمرکز کن».

هنرمند خوب هنرمند زنده است

ایران: پرویز براتی- دوازده‌سی‌حرح تهران عرصه یکه تازی نسل جوان و درخشش هنرمندان انقلاب و جنگ بود. این روزها البته مارکت هنر معاصر و به طور مشخص هنرمندان زیر ۵۰ سال هر روز شاهد ثبت رکوردهایی تازه است. سال ۲۰۱۹، مارکت هنر معاصر ۱۵ درصد از افزایش مالی حراجها به‌عنوان بازارهای ثانویه (Secondary market)- را در اختیار داشت؛ عددی که سال ۲۰۰۰ تنها ۳ درصد بود. رشد معنادار مارکت هنر معاصر، مرهون عوامل متعددی است که مهم‌ترین آنها ظهور نسلی تازه از خریداران و مجموعه‌داران هنر است. این نسل از خریداران و مجموعه‌داران را مدار بازار رو به رشد هنر ایران نیز شاهدیم؛ هر چند این بازار، زخم خورده شرایط اقتصادی و قشار تحریم‌هاست. در مارکت هنر معاصر جهان، آمریکا مقام نخست را در اختیار دارد؛ با گردش مالی ۳۹ درصد از مجموع قروش مارکت هنر جهان. سال ۲۰۱۹ حجم کلی قروش مارکت این کشور ۲۲۴ میلیون دلار بود که ۱۸ درصد بیشتر از قروش سال قبل از آن است. ۹۵ درصد قروش‌های آمریکا در نیویورک اتفاق می‌افتد و با تابعیلی چون ژان میشل بلسکیه، جف کونز، برایان دونلی (کاس)، کریستوفر وول و جورج کوندو. پس از آمریکا، آسیا ۲۹ درصد سهم گردش مالی هنر معاصر را در اختیار دارد. هر چند سهم چین از این بازار، غیرقابل کتمان است؛ با این حال جزیره دولت چین شده. سهمی کلیدی از این مارکت در اختیار دارد. در مرتبه بعد، ژاپن، تایوان و سنگاپور قرار دارند. پس از آسیا، سهم لندن و پاریس هم از گردش مالی مارکت هنر معاصر بالاست. سهمی البته نه چندان چشمگیر.

حراج دوازدهم تهران نشان داد که نسل جوان هنرمندان ایرانی در حال تسخیر بازار هنر در ایران هستند؛ بازاری که تا پیش از این در دست استان و به اصطلاح قسترها بود. امثال شهریار احمدی و پویا آرایی‌پور در حراج اخیر در آستانه ورود به باشگاه میلیاردی‌ها قرار گرفتند.

تبعات منفی دیگر تورنمی اخیر، گریبان حراج تهران را هم گرفت. آنجا که سقف مارکت بالا نرفت و این در قروش تابلو «قوس آبی نیلگون» از حسین زنده‌رودی که با قیمت کمینه و بیشینه ۳ تا ۴ میلیارد دارائه شد، مشهود بود؛ تابلویی که نهایتاً با قیمت ۳ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان چکش خورد.

با این حال آنچه در این حراج کوروسی امید به حساب می‌آید، تقویت بدنه مارکت است به خاطر دلایل پیش گفته. مارکت قسترها قدری در این دوره ضعیف شد و در عوض مارکت میله و جوان‌ها پر و بال گرفت.