info@payamdaily.ir

نخستین روزنامه صبح البرز

پیام آشنا

شماره ۲۶۴۸
یکشنبه / ۲۷ آبان / ۱۴۰۳
۱۵ / جمادی الاولی / ۱۴۴۶
17 / November / 2024

صاحب امتیاز: موسسه همگامان اندیشه زمان
مدیرمسئول: محمود حیدری سردبیر: باهره حیدری
نشانی: کرج، بلوار نوآور، خیابان فرهنگ، جنب کانون کارشناسان رسمی دادگستری
تلفن: ۳۲۵۳۲۸۳۸-۳۲۵۳۲۴۲۴-۰۲۶ فکس: ۳۲۵۳۰۱۰۱
امتیاز در طرح ارزیابی کیفی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۶۷/۸۰
چاپ: کارگر

شعر ۱۵۱

امروز با حافظ

دَمی با غم به سر بردن جهان یک سر نمی‌ارزد
به می بفروش دلق ما کز این بهتر نمی‌ارزد
به کوی می فروشانش به جامی بر نمی‌گیرند
زهی سجاده تقوا که یک ساغر نمی‌ارزد

حکمت

کنجی است ما را فارغ از
شور و شر دنیای دون
اینجا چو فارغ گشتی از
شور و شر دنیا بیا

شهریار

اذان گو

اوقات شرعی

اذان صبح	طلوع آفتاب	اذان ظهر	غروب آفتاب	اذان مغرب
۰۵:۱۷	۰۶:۴۵	۱۱:۵۲	۱۶:۵۶	۱۷:۱۶

مرگ

دلسردی و شکست دو بخش اصلی موفقیت هستند؛ بنابراین موفقیت را از شکست‌ها توسعه دهید...

دیل کارنگی

برش

کلینیک‌های زیبایی از بدن مردم چه می‌خواهند؟

متخصص زیبایی گفت: کسانی که متخصص نیستند و عمل‌های زیبایی انجام می‌دهند، فقط به فکر پول هستند و به فکر سلامت مردم نیستند، بلکه برای خود تجارت درست کرده‌اند

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر: علی میقانی متخصص زیبایی در رابطه با افراط افراد در عمل‌های زیبایی گفت: مسئله‌ای که در این باره وجود دارد این است که همیشه خودمنه مراجعه کننده به کلینیک‌های زیبایی وجود دارد یک دسته افرادی هستند که دچار اختلال خود بیمار انگاری هستند این افراد همیشه احساس نارضایتی از ظاهر خود دارند دسته دوم، افرادی هستند که دچار وسواس فکری‌اند و هیچوقت از چهره خود راضی نیستند. وی ادامه داد: هر کدام از این افراد اگر بدون مشاوره و شناسایی نکردن این اختلالات جراحی شوند به دلیل نارضایتی از تغییر خودشان مجدد به عمل روی می‌آورند. این افراد به هیچ عنوان نباید عمل شوند؛ زیرا هیچوقت از تغییرات راضی نیستند و در یک سیکل باطل گرفتار شده و وسواس فکری آن‌ها شدیدتر از قبل می‌شود.

متخصص زیبایی افزود: اگر به صورت علمی و منطقی با آن‌ها صحبت شود این افراد که بعضاً دچار روان اختلال هستند این حرف‌های علمی را قبول نمی‌کنند. وی ادعان داشت: در این مسئله به شخص ایرادی نیست، زیرا که شخص تبلیغات را می‌بیند و تحت تأثیر تبلیغات قرار می‌گیرد. افراد باید بدانند که هر عملی یک سنی دارد برای مثال، عمل لیفت صورت در سنین بالا باید انجام شود و در سنین ۲۱ تا ۲۲ ممکن است به صورتشان آسیب‌های جبران ناپذیری وارد شده و در برخی موارد فرد دچار فلجی صورت شود.

دلایلی که افراد به عمل‌های زیبایی اعتیاد پیدا می‌کنند

میقانی در رابطه با رفتار اعتیاد گونه برخی افراد گفت: دستهای از افراد تصور دارند با عمل جراحی دیگر مشکلات زندگیشان برطرف خواهد شد. این دو جنبه دارد، یک جنبه روحی ـ روانی دارد و فرد دیگر می‌کند با عمل زیبایی اعتماد بنفس خود را بالا برده است. دو اینکه فرد فکر می‌کند یک جایگزین مناسب برای شکست‌های زندگی پیدا کرده است. وی ادامه داد: اگر عمل‌های زیبایی ناکام باشند فرد دچار اضطراب شده و عدم اعتماد بنفس در فرد افزایش پیدا می‌کند. اگر دچار وسواس فکری نیز باشد، روی یک دور باطل می‌افتد و دیگر نمی‌توان جلوی آن را گرفت. فرد روی بینی خود عمل زیبایی انجام می‌دهد و دیگر برای روح حتی موفقیت تحصیلی او اتفاقی صورت نمی‌گیرد. اگر شخص یک دید درست به این جریان داشته باشد، در این سیکل قرار نمی‌گیرد.

این افراد در ازدواج و در مواجه شدن با همسالان نمی‌توانند موفق عمل کنند

متخصص زیبایی در ادامه گفت: فردی که دچار بیماری‌های روحی و روانی است قطعاً در ارتباط با دیگران هم دچار مشکل می‌شود و این شاهدان زنده بسیاری دارد. نمونه بارز آن می‌تواند به خانمی اشاره کرد که پنج سال مدام در حال بررسی کلینیک‌های زیبایی بود و نمی‌توانست تصمیم بگیرد پیش کدام پزشک عمل زیبایی انجام دهد. این خانم اگر موفق به عمل زیبایی نیز شد، قطعاً بعد از جراحی از چهره خود راضی نیست و حتی، باعث به وجود آمدن اختلالات دیگری در خود شده است. وی اشاره داشت: این وسواس فکری تا زمانی که توسط روانشناس درمان نشود در انتخاب‌های دیگر این افراد هم تأثیر می‌گذارد.

راهکار برای جلوگیری از افراط در عمل‌های زیبایی

میقانی اساسی‌ترین بخش را ارائه راهکار برای جلوگیری از افراط در عمل‌های زیبایی دانست و گفت: ابتدایی‌ترین راهکار برای جلوگیری از این رویه می‌تواند حقیقت گویی باشد. زمانی که من به عنوان پزشک یک فرد آگاه به شمار می‌روم بر اساس علم و منطق به افراد بگویم عمل زیبایی مناسب چه کسانی است، چه کسانی نمی‌تواند عمل زیبایی انجام دهند، بعد از عمل فرد با چه عاطفی روبه‌رو می‌شود. این می‌تواند ذهن طرف را رشد داده و کمتر در معرض تبلیغات قرار بگیرد.

وی در ادامه گفت: مطلب دیگر حذف تعرفه‌های فروعین است به عنوان مثال در پیچ‌ها و سایتهایی مشاهده می‌شود عمل بینی ۱۷ میلیون تومان به صورت قسطی قطعاً این جراحی توسط یک متخصص انجام نمی‌شود و کسی دارد این عمل را انجام می‌دهد که فقط به فکر پول است نه سلامتی مردم و برای خود تجارت درست کرده است.

متخصص زیبایی اظهار کرد: مردم نیز باید بدانند هر کسی که عمل‌های زیبایی را با مبالغ کم انجام می‌دهد یک پزشک خوب نیست. برعکس یک آدمی بی‌سواد و غیر متخصص است که ممکن است اشتباهی کند که جبران پذیر نیست. دسترسی آسان به جراحی‌های غیر اصولی که بدون نظارت قانون انجام می‌گیرد، در کشوری مانند هلند ممنوع است. در هلند اگر کسی بخواهد عمل زیبایی انجام دهد باید قبل از مراجعه به کلینیک، تایید به پزشکی قانونی را داشته باشد و بعد می‌تواند عمل زیبایی انجام دهد. وی افزود: پیج‌ها و سایت‌های مختلف پزشک زیبایی که بسیار زیاد هستند و جلوی آنان گرفته نمی‌شود خود یک مسئله بزرگ است زیرا کسی روی این پیج‌ها نظارتی ندارد در صورتی که من پزشک، موظف هستم پنج سال یکبار پروانه طبابتم را عوض کنم چرا نظارتی روی این پیج‌های غیراصولی نیست؟ پیجی که تبلیغ می‌کند کوچک شدن بینی با نخ، این کاملاً دروغ است و جز بردگی روی پوست کار دیگری انجام نمی‌دهد و حتی در یکسری باعث فلجی صورت نیز می‌شود.

گزارش روز

شفاف‌سازی دیرهنگام

سخنان آقای معاون این امیدواری را می‌دهد که مطرح کردن نام «کلینیک ترک بی‌حجابی» فقط از روی کنجکاوی و بی‌سلیقگی در اعلام راهنمایی محافل مربوط به بدحجابی انجام شده است با این حال هنوز جای این پرسش باقی است که چرا اجرای طرحی با این اهمیت و حساسیت در حوزه حجاب و عفاف با انتخاب نام و عنوان برای آن و نحوه اطلاع‌رسانی عمومی درباره طرح این قدر چراغ خاموش و بی‌سروصدا انجام شده است؟

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا: چقدر خوب می‌شد اگر پیش از آنکه مثلاً بی‌بی‌سی فارسی، صدای آمریکا و بقیه شرکایشان «کلینیک ترک بی‌حجابی» را طرح و جایی برای بستری و تحت فشار گذاشتن بی‌حجابها و بدحجابها معرفی کنند، پیش از اینکه «ایران اینترنشنال» و مشابه‌اش هیاهوی حجاب اجباری راه بیندازند و خبلی از سایت‌های داخلی هم این کلینیک را به کمپ‌های ترک امتداد تشبیه کنند، کارپران فضای مجازی برایش چوک بسازند و خلاصه کار به جنجال کشیده شود. کسی پیدا می‌شد و همان‌طور که در گزارش روز پنجشنبه در این صفحه گفتیم، کم و کیف و ویژگی‌های طرح کلینیک ترک بی‌حجابی را جور دیگر و یا با عنوانی دیگر برای مردم شفاف‌سازی می‌کرد.

خودشان از ما خواستند

حالا باز خدا بیامرزد «معاون امور اجتماعی ستاد امر به معروف و نهی از منکر» را بابرمزد که اگرچه دیر، اما بالاخره و پس از حرف و حدیث‌هایی که به راه افتاد حاضر شد بپذیرد که به کار بردن عنوان «کلینیک ترک بی‌حجابی» برای طرح و برنامه‌های ارائه شده در راستای طرح حجاب و عفاف، نوعی کج‌سلیقگی بوده که منجر به برداشت‌های ناجور هم شده است.

محمدرضا میرشمسی این طور توضیح داد که «در راستای دغدغه جناب رئیس‌جمهور درباره مسائل مربوط به گشت ارشاد و تأکید آقای پزشکیان مبنی بر اینکه باید در این زمینه کار فرهنگی انجام شود، بخش‌هایی محافلی برای ارائه آموزش به کسانی که تمایل دارند بی‌حجابی را کنار بگذارند، دایر شده است. البته برخی خانم‌ها که فرزندانشان درگیر این مسئله شده بودند، به ما مراجعه می‌کردند یا تماس می‌گرفتند و ابراز نگرانی می‌کردند که خانم‌ها یشان در حال از هم‌پاشیدگی است. خود کسانی که درگیر بی‌حجابی شده بودند و ناخواسته نقض قانون کرده بودند هم با ستاد امر به معروف تماس می‌گرفتند و از ما راهکار می‌خواستند. آن‌ها دلایل مختلفی را برای درگیر شدن با بی‌حجابی مطرح می‌کردند. از جمله اینکه می‌گفتند به صورت ناخواسته یا موج رسانه‌ای که دشمن علیه حجاب و عفاف ایجاد کرده است، همراه شده بودند... برخی از آن‌هایی ترس محرومیت از شغل داشتند زیرا مأنوفه بعضی کارفرمایان بخش خصوصی به خانم‌ها تأکید می‌کنند که باید در محیط کار کشف حجاب کنید. البته قضات محترم قوه قضائیه هم درخواست کرده بودند که مجازات‌های جایگزینی (به جای جریمه) برای افرادی که به دلیل کشف حجاب دستگیر می‌شوند تعیین شود. ما پیشنهاد دادیم که حضور در این محافل به‌نوعی به عنوان حکم جایگزین در نظر گرفته شود... زیرا احساس می‌کنیم اگر ما این افراد گفت‌وگو کنیم بهتر است از اینکه رایشان پرونده قضایی تشکیل دهیم و از آن‌ها جریمه نقدی بگیریم».

محفل‌بی‌جای کلینیک

میرشمسی به جزئیات دیگری هم اشاره کرده و افشاء می‌کند: «مدیریت این محافل با تشکل‌های اجتماعی است، اما در آن‌ها افرادی دیگران را راهنمایی می‌کنند که خودشان در گذشته بی‌حجاب بوده‌اند و حالا به حجاب روی آورده‌اند. حالا هم محفل‌هایی در برخی مناطق تهران راه‌اندازی شده که در آن‌ها کسانی که در گذشته خودشان دست به کشف حجاب می‌زدند و از این عمل خود آسیب دیده بودند، با دخترانی که به گذشته این افراد شباهت دارند صحبت می‌کنند و تجارب خود را درباره آسیب‌هایی که در دوره بی‌حجابی با آن مواجه بودند، به این افراد منتقل می‌کنند. به نظر می‌رسد استفاده از عنوان «محفل» به جای «کلینیک» برای این مراکز بهتر است. استفاده از واژه «کلینیک» به هیچ‌وجه به معنای داشتن نگاه بیمارگونه به افرادی که درگیر بی‌حجابی شده‌اند نبود. اما موجب شد برخی دوستان و بعضی رسانه‌ها نگران شوند که آیا نگاه بیمارگونه به افرادی که کشف حجاب می‌کنند وجود دارد؟ ستاد امر به معروف به این افراد نه نگاه بیمارگونه دارد و نه نگاه امنیتی، بلکه تمام‌اید که از این است که موضوع بی‌حجابی یک موضوع فرهنگی و تربیتی محسوب شود. از نظر ستاد امر به معروف و نهی از منکر، این افراد کسانی هستند که به هر دلیلی در گذشته فلون را رعایت نکرده‌اند و حالا با حضور در محافل فرهنگی ما و صحبت‌هایی که با آن‌ها می‌شود، توجه می‌شوند که بهتر است حجاب را رعایت کنند».

فعلاً نمی‌شود آمد داد

معاون امور اجتماعی ستاد امر به معروف و نهی از منکر به پشتوانه قانونی راه‌اندازی چنین محافلی هم اشاره کرد و گفت: «نوعی از عنوان کلی اقلام فرهنگی برانساس بند ۱۱ ماده ۱۶ قانون حمایت از ایران به معروف و ناهیان از منکر، موظف به پیگیری راهکارهای فرهنگی ستاد امر به معروف است. راه‌اندازی این محافل هم یکی از راهکارهایی است که از چند ماه پیش شروع شده است. در این محافل سه دسته از خانم‌ها شرکت می‌کنند، یکی خانم‌هایی که به دلیل راهکاری برای رفع معضل بی‌حجابی در فرزندان خود هستند، دوم دخترانی که خودشان درگیر این مشکل هستند و با مراجعه به این محافل یا دخترانی هم‌سن و سال خودشان که به حجاب روی آورده‌اند صحبت می‌کنند تا مشکل خود را حل کنند و گروه سوم هم کسانی که اول صحبت‌هایم گفتم از طرف مرجع قضایی به ما معرفی می‌شوند. البته ما دوره‌های عمومی هم در این محافل برگزار می‌کنیم که افراد از طریق فضای مجازی در آن‌ها نام‌نویسی می‌کنند. چون این محافل مدت کوتاهی است راه افتاده اکنون نمی‌توانیم آمار دقیقی بدهیم که چه تأثیری در کاهش روند بی‌حجابی داشته است اما دست کم می‌بینیم دختر خانم‌هایی که پیش‌تر بی‌حجاب یا بدحجاب بودند، امروز با میل خودشان به محافل ما می‌آیند و می‌گویند حاضر هستند دیگران را راهنمایی کنند. فعلاً می‌شود گفت برگزاری محافل ترک بی‌حجابی آثاری داشته است که امروز در قالب قدردانی و تشکر به ما می‌رسد. درباره برخی مؤسسه‌های بخش خصوصی که از کارکنان خانم خود می‌خواهند بدون حجاب بر سر کار حاضر شوند در گام نخست، نیروهای آموزش دیده ما به این مراکز مراجعه کرده و از مدیران آن‌ها خواسته‌اند که دست به چنین قضاماتی نزنند. اگر خدای ناکرده توصیه‌های همکاران ما توسط مدیران شرکت‌ها و مؤسسه‌های خصوصی مذکور مورد پذیرش قرار نگیرد، آن‌ها به مجموعه‌هایی معرفی می‌شوند که می‌توانند از طریق قانونی با آن‌ها برخورد کنند. البته ما سعی می‌کنیم کار به اینجا نرسد. حتی در برگزاری محافل نیز نگاه ما کاملاً ایجابی است، چون هیچ‌کس را به اجبار نمی‌توانیم وارد این عرصه کنیم، بلکه به خانم‌ها پیشنهاد می‌دهیم آیا تمایل دارید درباره این موضوع صحبت کنیم و کسانی که آمادگی دارند در محافل ما حضور می‌یابند و در این زمینه صحبت می‌کنند».

سخنان آقای محمدرضا میرشمسی را می‌دهد که مطرح کردن نام «کلینیک ترک بی‌حجابی» فقط از روی کم‌توجهی و بی‌سلیقگی در اعلام راه‌اندازی محافل مربوط به بدحجابی انجام شده است. با این حال هنوز جای این پرسش باقی است که چرا اجرای طرحی با این اهمیت و حساسیت در حوزه حجاب و عفاف، با انتخاب نام و عنوان برای آن و نحوه اطلاع‌رسانی عمومی درباره طرح این قدر چراغ خاموش و بی‌سروصدا انجام شده است؟ چقدر و چطور با روان‌شناسان، جامعه‌شناسان و کارشناسان مسائل دینی درباره این طرح رایزنی شده است؟ آیا اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی و دیگرگی که باید از کیفیت و کمیت طرح اطلاع داشته‌اند؟

دیدگاه

خیز چشم بادامی برای تسخیر ذهن تین ایجرها

از زمانی که پخش سریال‌های کره‌ای با این داستان‌های عاشقانه و رمانتیک شروع شد، بسیاری از جوانان و نوجوانان کشورمان به سبک زندگی کره‌ای علاقه‌مند شدند.

به گزارش پیام آشنا به نقل از جام‌جم: آنلاین، پوشیدن لباس‌های مطابق با مد کره، شرکت در کلاس‌های زبان کره‌ای، عمل جراحی زیبایی و اصرار به همشکل شدن با بازیگران کره‌ای، کوتاه و صاف کردن موها و چتری گذاشتن و حتی مهاجرت به کره حالا این موج پر تلاطم به موسیقی‌های پرسروصدا و رقص و آوازهای خوانندگان کره‌ای کشیده شده. اغلب نوجوانان و جوانان در یوتیوب برای این گروه‌ها سر و دست می‌شکنند. متأسفانه این نوجوانان هیچ کدام، موسیقی کشور خودشان را نمی‌شناسند. با اگر هم بخواهند نامی از خوانندگان موسیقی ایرانی ببرند، مبتذل‌ترین آنها را می‌شناسند. به نظر می‌رسد اگر بخواهیم شیوه تربیتی را همین روش پیش ببریم، به بد نیست دیر یا زود فرهنگ ایرانی فراموش شود.

در واقع با جایگزین شدن سریال‌های کره‌ای به‌جای سریال‌های غربی، حالا سریال‌های کره‌ای و به‌تبع آن سبک و فرهنگ کره‌ای که خودش به‌طور شگفت انگیزی از فرهنگ غربی متأثر شده در حال تغییر فرهنگ خودش شود.

کره‌ای‌ها در ۳۰ سال گذشته تلاش کردند، محصولاتی با موضوعات جذاب، فراگیر، قابل فهم و درک برای تمام گروه‌های سنی تولید کنند که فرهنگ کره‌ای را از نظر مضامین برای نسل‌های جدید جذاب کنند.

در واقع وقتی با نوجوان صحبت می‌کنیم کاملا متوجه می‌شویم که جذب ظاهر، پوشش، آرایش و ادبیاتی که در سریال‌ها و فیلم‌ها وجود دارد شده و از این مسیر وارد سایر عرصه‌های فرهنگی و هنری و موسیقی پاپ کره‌ای می‌شوند.

دلایل محبوبیت سریال‌های کره‌ای

ملیکا ملک‌زاده رضوی، کارشناس ارشد روانشناسی تربیتی می‌گوید: «سریال‌های کره‌ای از جذابیت بصری زیادی برخوردارند؛ بخاطر استفاده از بازیگران که پوست‌های عالی، قد بلند، بینی کوچک، چهره معصومانه و لبخام لاغر و ظریفی دارند سبک پوشش و نحوه آرایش بازیگران و ترکیب رنگ لباس‌ها و مکان و نورپردازی عالی درکنار هم جلوه بصری دلنشین و لذت‌بخشی را برای بیننده فراهم می‌سازد. حرکات، رفتارها و حالت‌های چهره خاص که هر کدام مختص به یک بازیگر است به جذب بیننده کمک می‌کند.

نشان دادن روابط به‌صورت ایده‌آل و رؤیایی که مخاطب را غرق در خیالات خود کرده و مخاطب با آن همذات‌پنداری می‌کند - چیزی که در دنیای واقعی متفاوت است- از دیگر دلایل جذابیت و محبوبیت این درام هاست. همزمانی رفتارها و دیالوگ‌های طنزگونه بازیگران با موسیقی‌های خاص به جذابیت آنها می‌افزاید.

پایان بندی این درام‌ها بیشتر مثبت و مطابق انتظار و خواسته مخاطبان است. به نمایش گذاشتن غذاهای سنتی کره جنوبی بدلیل تفاوت فاحشه سبک تغذیه و نحوه طبخ آنها با کشورهای دیگر عامل جذب دیگری است. معمولا به طرفداران سریال‌ها و درام‌های کره جنوبی کی-درامر گفته می‌شود کی-دراما نیز درام‌های تلویزیونی هستند که به زبان کره‌ای در فرمت مینی‌سریال یا ویژگی‌های متمایز، آن را از برنامه‌های تلویزیونی یا سریال‌های عامه‌پسند غربی متمایزمی‌کند این سریال‌ها تنها نقش در مبلغه در سطح جهان محبوب شده‌اند. درام‌هایی که در تلویزیون ایران هم به نمایش درآمدند.

موج پرتلاطم سبک موسیقی کره‌ای

اما کشش و جاذبه همین سریال‌ها سبب ترویج و استقبال از سبک‌های موسیقی کره‌ای در بین جوانان شده است. ملک‌زاده رضوی با اشاره به کی‌پاپ که یکی از محبوب‌ترین سبک‌های موسیقی پاپ کره‌ای است می‌گوید: «علت سبک متفاوت خواندن و اجرای هماهنگ این گروه‌ها در بین افراد زیادی به‌خصوص نوجوانان و جوانان محبوبیت پیدا کرده‌اند. این گروه‌ها از ملودی‌هایی که مختص خودشان است استفاده می‌کنند و رقص‌های گروهی موزون و هماهنگی که همزمان با خواندن انجام می‌دهند، برای مشاهده‌ای اتفاق می‌افتند. نوجوان و جوان تأثیرپذیری بالایی از دیگران و همسالان خود دارد.

تفاوت سریال‌های غربی با درام‌های کره‌ای

یکی از ویژگی‌های مشترک دوره کودکی و نوجوانی تأثیرپذیری از دیگران به‌خصوص گروه همسالان است. ملک‌زاده رضوی می‌گوید: فرآیند یادگیری و الگوبرداری کودکان از طریق مشاهده و یادگیری مشاهده‌ای اتفاق می‌افتد. نوجوان و جوان تأثیرپذیری بالایی از دیگران و همسالان خود دارد.

به‌این معنا که رفتارها، تکیه کلام‌ها، پوشش و آرایش خود را می‌توانند از دیگران تقلید کرده و انجام دهند. با توجه به این که روزبه روز بر علاقه کودکان، نوجوانان و جوانان به کی-پاپ و کی-دراما افزوده می‌شود، طبیعی است که تأثیرات مثبت و منفی را هم به همراه خود داشته باشد.

از تأثیرات مثبت دیدن سریال‌ها و موسیقی‌های کره جنوبی می‌توان به ادب و احترام آنها نسبت به بزرگترها اشاره کرد. نوع پوشش بازیگران کره‌ای متعارف و مناسب است و از لباس‌های خیلی باز و نامناسب استفاده نمی‌شود و اگر فردی پوشش نامناسبی داشته باشد به این معناست که هنجار جامعه را نادیده گرفته است. این سریال‌ها اغلب خانوادگی بوده و برخلاف سریال‌های غربی صحنه‌های نامربوط بسیار کمی دارند. نمایش تلاش و کوشش کره‌ای‌ها در صورات زندگی از دیگر ویژگی‌های مثبت این سریال‌هاست.

مکث

ضربه اینفلوئنسرها به کسب و کارهای نوپا

«کوشی آیفون، سکه، طلا، حتی آیس کافی همراه یک کوکی رایگان»! اینها بخشی کوچک از جولیز جشنواره یا به قول بلاگرهای اینستاگرام «رویدادها» هستند! جولیزی که پشت‌پرده آنها جذب میلیاردها تومان برای بلاگرها و ولاگرهای مشهور است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایران: «کوشی آیفون، سکه، طلا، حتی آیس کافی همراه یک کوکی رایگان»! اینها بخشی کوچک از جولیز جشنواره یا به قول بلاگرهای اینستاگرام «رویدادها» هستند! جولیزی که پشت‌پرده آنها جذب میلیاردها تومان برای بلاگرها و ولاگرهای مشهور است. این جولیز در جشنوارهای که یکی از اینفلوئنسرها با تبلیغات لاکچری راه انداخته، بیش از پیش جذاب می‌کند و هر مخاطبی را وسوسه می‌کند. البته گروه هدف این تبلیغات بیشتر کسب و کارهای نوپا هستند.

دروافع اینفلوئنسری که مدت زیادی از مهاجرتش به دوبی نمی‌گذرد، می‌خواهد به بهانه افزایش تعداد فالوور و مشتری برای کسب و کارهای خُرد، پولی به جیب بزند؛ آن هم با دست بردن در جیب کسانی که تازه اول راه تجارت‌اند.

مردمی که با جیر کردن سرمایه‌ای اندک و آرزوهای بزرگ، شغلی راه‌اندازی کرده و به شبکه‌های اجتماعی دل بسته‌اند. خانم ولاگر به شرکت‌کنندگان جشنواره وعده می‌دهد: «فقط با ۲۰۰ میلیون تومان، ۲۰۰ هزار فالوور واقعی جذب کنید»! اما همین ۲۰۰ میلیون برای کسب‌وکارهای نوپا رقم کمی نیست. خیلی‌ها برای همین مبلغ با هزار دوندگی وام می‌گیرند. حالا اینکه چرا ریختن پول به جیب بلاگرها منطقی نیست، دلایل زیادی دارد.

گلایه‌ها لباخت‌گان از اینفلوئنسرها

ولاگر دیگر ویدیویی به اشتراک گذاشته است: «بریم سراغ رویداد خفن بعدی، چون رویداد قبلی ترکاند بود و تقاضا بالا بود و ما محدودیت داشتیم». او ادامه می‌دهد: رویداد یک میلیارد برای رشد پیج است، چون مخاطبان زیادی توی مدتی کوتاه پیج شما را می‌بینند و کسب‌وکارتان خوب معرفی می‌شود. البته این دفعه برای محتوا جایزه‌های خفن‌تری گذاشته‌ایم! ماجرای اصلی این است که این بلاگر که خود بیش از یک میلیون فالوور دارد، نیستم به مخاطبانش ارائه می‌دهد تا فالو کنند و در قرعه‌کشی برنده آیفون، سکه و... شوند. با این کار، شمار فالوورهای تاجرانی که هزینه کرده‌اند، افزایش می‌یابد، ولی آیا تضمینی برای ماندن آنهاست؟

یکی از مبلاخت‌های این رویدادها می‌گوید: «من ۲۰۰ میلیون تومان قرض گرفتم و به حساب ولاگر واریز کردم. طی چند روز اول شمار مخاطبان افزایش چشمگیری داشت. اما بلافاصله با پایان رویداد، دنبال کننده‌های جدید پیج مرا ترک کردند.

دروافع کاهش ناگهانی مخاطب به پیج شما ضربه شدیدی می‌زند و با امتیاز منفی اینستاگرام صفحه شما محدود می‌شود. فرد مبلاخته افزود: علاوه بر ضرر ۲۰۰ میلیون تومانی، میزان بازدید از پیجم خیلی متل سابق نیست. با یک کارشناس حرفه‌ای صحبت کردم و پیشنهاد داد که پیج را بزنم و صفحه جدیدی راه‌اندازی کنم، چون دیگر محال است مثل قبل شود.

اشاره

کابوس نوبتِ آنلاین دکترها!

این روزها گرفتن نوبت پزشک به خصوص پزشکان حاذق و متخصص برای بسیاری از مردم به ویژه کسانی که در تهران ساکن نیستند، به یک آرزو تبدیل شده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از هفت صبح: این روزها گرفتن نوبت پزشک به خصوص پزشکان حاذق و متخصص برای بسیاری از مردم به ویژه کسانی که در تهران ساکن نیستند، به یک آرزو تبدیل شده است. آنها باید از طریق وب‌سایت‌ها و اپلیکیشن‌های مختلف برای گرفتن نوبت پزشکان اقدام کنند ولی متأسفانه در بسیاری از اوقات نمی‌توانند چنین کاری را انجام دهند. از سوی دیگر نرم‌افزارها در اغلب اوقات، پشتیبانی خوبی ندارند. با هم نگاهی به کنیم چه می‌گذرد و چرا این دو ایراد را از زاویه دید کاربران آنها بررسی می‌کنیم.

پذیرش ۲۴

در اپلیکیشن «بازار» نرم‌افزار پذیرش ۲۴ با بیش از ۲ میلیون نصب بیشترین توجه را به خود جلب کرده است. این نرم‌افزار هم‌چنین از ۵۲ هزار و ۶۱۴ مخاطب نمره ۴/۴ گرفته است ولی در کامنت‌های همین اپلیکیشن می‌توان گلایه‌هایی از اوضاع نوبت‌دهی را مشاهده کرد. مثلا محمد نوشته «هدتیه کلا نوبت هیچ دکتری رو نمیشه گرفت.» البته برخی هم هستند که از وضعیت رضایت دارند. مثلا خانم یا آقای فلاح نوشته: من الان نزدیک به یک ماهه به بیمارستان تلفنی زنگ می‌زنم نوبت بهم نمیده ولی این برنامه سریع نوبت داد»

در حوزه پشتیبانی هم فردی در کامنت‌ها نوشته: «برنامه‌ای که هیچ‌کس پاسخگو نیست به چه درد می‌خوره؟ خیلی بده پول بدید باید دنبالش بدوئی اگر بهش رسیدی بیا از من جایزه بگیر». مجید هم نوشته: «پشتیبانی ضعیف و ظاهر و متریال ضعیف برنامه و اینکه با وتساپ فیلترشده وابسته است و قطع و وصل و کندی برنامه آزارده‌نده است و در کل لپ پُر باگ و ضعیفی است.»

دکتر تو

این برنامه بیش از ۲۰۰ هزار بازدید دارد ولی از ۱۹۸ نفر نمره گرفته و میانگین آن ۲/۴ بوده است. در کامنت‌های این اپلیکیشن در بازار فردی نوشته که ۱۵ هزار تومان پول داده ولی بعد از گرفتن نوبت که مراجعه کرده، بدم در آنجا نیاز بوده که نوبت بگیرد. فرد دیگری هم از این ناراحت بوده که نوبت گرفته ولی دقیقه آخر تماس گرفتند و گفتند کنسل است. با این حال این اپلیکیشن هم نظرات مثبت قابل توجهی داشته است. در کامنت‌های این برنامه می‌بینیم که کاربران از این ناراضی شدند که دکترها بعد از مدت زیادی مثلا ۴۸ ساعت جواب می‌دهند و گزینه لغو نوبت هم وجود ندارد یا فرد دیگری گفته که اپلیکیشن روی کار پزشکان نظارت ندارد.

دکتر دکتر

این برنامه هم بیش از ۲۰۰ هزار بازدید دارد و از ۸۷۰ کاربر نمره ۳/۴ گرفته است. کاربری بدون نام برای پست این اپلیکیشن در بازار نوشته: «خیلی خوبه ولی نوبت هم که می‌گیری راس ساعت که میری، بیش از یک ساعت باید تو نوبت بنشینی.» فرد دیگری به نام زهرا هم نوشته «بعد از کلی درسر نوبت گرفتم واسه ۷ صبح که پزشک پاسخگو نبود و بعد از کلی تماس و پیگیری پولم رو سه روز بعد پس دادن. واسه نوبت حضوری هم که به سختی نوبت میده.»

البته در نظرات این اپلیکیشن هم می‌توان نظر فردی را خواند که گفته است اعتمادش از این اپلیکیشن خوب بوده و کاش درمانگاه‌ها هم از این به بعد اینطوری نوبت بدهند. در حوزه پشتیبانی هم کاربران گلایه‌هایی از این اپلیکیشن داشتند. مثلا مهدی نوشته که با وجود واریز پول به حساب اپلیکیشن، پزشک هم از او پول گرفته و پشتیبانی پاسخگو نبوده است. دست‌کم سه کاربر هم در بازه‌های زمانی مختلفی نوشته‌اند که نرم‌افزار کار نکرده است.

چه باید کرد؟

به نظر می‌رسد حالا که این اپلیکیشن‌ها دست‌کم ۲ میلیون کاربر باقوه دارند؛ بیش از هر چیز باید به فکر برطرف کردن این دو ایراد خود باشند. درست است که آنها وابسته هستند ولی دست‌کم اطلاع دارند که الان بسیاری از کافی‌نت‌ها حتی در شهرستان‌ها با به خدمت گرفتن برخی رباتهای کامپیوتری در حال نوبت گرفتن و فروختن آن به مردم هستند و می‌توانند به سادگی برای مقابله با ورود این رباتها به وب‌سایت‌های خود کاری کنند.

از سوی دیگر در حوزه پشتیبانی عجیب نیست که اپلیکیشنی مثل پذیرش ۲۴ که بیش از دو میلیون نصب دارد در بخش «تماس با ما»ی خود، فقط امکان ثبت درخواست پشتیبانی به صورت آنلاین را گذاشته و در صورتی که بخواهید به پشتیبانی تلفنی آن هم زنگ بزنید حتما باید وارد صندوق صوتی شوید؟ یعنی این اپلیکیشن توقایی برقراری حتی یک پشتیبانی آنلاین برای کاربران خود اعم از پزشکان و بیماران ندارد؟