info@payamdaily.ir

نخستین روزنامه صبح البرز

پیام آشنا

شماره ۲۴۰۲
شنبه / ۶ آبان / ۱۴۰۲
۱۲ / ربیع الثانی / ۱۴۴۵
28 / October / 2023

صاحب امتیاز: موسسه همگامان اندیشه زمان
مدیرمسئول: محمود حیدری سردبیر: باهره حیدری
نشانی: کرج، بلوار تعاون، خیابان فرهنگ، جنب کافون کارشناسان رسمی دادگستری
تلفن: ۳۲۵۳۴۳۴۳-۳۲۵۳۸۳۸۳ فکس: ۰۲۶-۳۲۵۳۰۱۰۱
امتیاز در طرح ارزیابی کیفی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۵۸/۲۳
چاپ: کارگر

اشاره

سر جدت به «سال» زنگ نزن!

درد اینجاست وقتی نظرات هسته فجایعی را در صنعت تبلیغات می‌بینیم که روی بیلبوردهای سطح شهر به‌شدت حال بدکن بودند. تبلیغاتی با کنایه‌های جنسی که نیاز نیست یادآوری شود. ببینید اینجا که احتمالا نه نظارتی هست و نه کسی کاری به کار محتوا دارد، برای درگیر کردن مخاطب به چه تدابیر کثیفی رسیده‌اند. یاد سریال «هتر است یا حال» تمامی بگیری» افتادم و آن تیمی که داشت برایش تبلیغ درست می‌کرد، در منظر کیفیت ساخت تبلیغ و همچنین بی‌منطق بودن تبلیغات، این آگهی‌های ایستا گرانبی را کنار خود سال گومدن ساخته یا همان دو سه دانشجوی کنار دستش اگر این است که لطفا یا «حال» تمامی نگیرید!

به گزارش پیام آشنا: فرهیختگان در مطلبی در تحلیل شیوه‌های تبلیغ که امروزه به ویژه در شبکه‌های اجتماعی چون اینستاگرام باب شده نوشت:

۱. در امر ضعیف بودن تبلیغات یا به عبارت دیگر صنعت تبلیغات در ایران بحثی نیست. دنبال دلیل و بهانه‌تاش هم نمی‌گردیم. محدودیت‌ها و ضعف اقتصادی و هزینه نکردن درست شرکت‌ها برای تبلیغات می‌تواند دلیل مهمی باشد که چرا هنوز این صنعت در ایران بسیار جای کار دارد و حتی به مرزهای بلوغ هم نزدیک نشده. هنوز تبلیغ بومی درست و حسابی نداریم و معدود تبلیغ‌هایی که سعی می‌کنند چشم‌نواز جلوه کنند کپی‌برداری مو به مو و نعل به نعل از نمونه خارجی است که اگر با بیچه‌های موطلایی و چشم‌آبی همراه نشود، تهیه‌کننده شب خوابش نمی‌برد! امروز و در این مطلب اما با صنعت تبلیغات رسمی در ایران کاری نداریم.

۲. اگر شما هم مثل من مشتری دائمی فضای مجازی باشید یا آژانس‌های تبلیغاتی جدید! تاسیسی طرف شدید که برای فضای مجازی تبلیغ می‌سازند و طبیعتا همان پختگی نبینید! آژانس‌های رسمی تبلیغاتی را هم ندارند! اگر صنعت رسمی تبلیغات در ایران، برای آگهی ساختن باید هزار امتحان بدهد و هزار بار نظارت شود و آدم‌هایش باید تلاش کنند تا کارشان معنا و کیفیت داشته باشد، در صنعت تبلیغات غیررسمی یا تبلیغات فضای مجازی، نه با کیفیت طرفیم نه با ممیزی و نه با حساسیت. نه کسی هست که روی محتوا نظارتی داشته باشد و نه اصلا کسی هست که به این آقایان یا خانم‌های سازنده تبلیغات بگوید: خرت به چندا هرچه دل‌شان می‌خواهد می‌سازند و یک جمله داغ یا به‌اصطلاح خودشان «قلاب» می‌اندازند سر کلیپی که تولید کرده‌اند و بعد یک تبلیغ گروه سنی الف تحویل مردم می‌دهند و به معجزه بیچه‌های پرطرفدار، تبلیغ بدشان به مقیاس میلیونی دیده می‌شود و سفارش دهندگان بعدی از راه می‌رسند.

۳. بعضی وقت‌ها این تبلیغات فقط بی‌ادبانه و روی اعصاب است. مثلا تبلیغ یک شرکت که اپلیکیشن بازی طراحی کرده را هر وقت می‌بینم، دلم می‌خواهد موبایلم را بشکنم! تبلیغ برای بازی منچ است. پسر جوانی از خواب بیدار می‌شود. سر سفره صبحانه منچ بازی می‌کند و از خوشحالی بردن یا مثلا جفتش آوردن، لیوان سر سفره را می‌شکند! در آسانسور، هم جفتش چیزی می‌آورد و از خوشحالی، به دختر جوانی که کنارش ایستاده، تنه می‌زند و دختر را نقش زمین می‌کند و بی‌آنکه ککش هم بگزد، آسانسور را ترک می‌کند! بعد روی موتور جفتش می‌آورد و با موتور به یک مانع راهنمایی رانندگی می‌کوبد و شادی می‌کند. در جلسه کاری، در حالی که مدیر ارشد مشغول توجیه کارمندان و توضیح دادن یک نمودار مهم بودنویس است، استاد جفتش می‌آورد و از خوشحالی به کارمندی که مشغول کار کردن و توجه به صحبت‌های مدیر است، تنه می‌زند و لو را از روی صندلی پرت می‌کند پایین! دست آخر هم دختری که صبح در آسانسور تنه خورده بود در آسانسور جفتش می‌آورد و با خوشحالی به پسر تنه می‌زند و پسر نقش زمین می‌شود! صاحقلبه بگویم برداشت من از دیدن این تبلیغ این است: این بازی فقط برای افرادی بی‌شعور، بی‌ادب و فاقد شعور اجتماعی طراحی شده آدم‌هایی که می‌توانند در همه چیز، از اخلاق انسانی تا اخلاق رانندگی تا اخلاق کاری، بی‌شعور و نفهم باشند. هر وقت این تبلیغ را می‌بینم، با خودم عهد می‌کنم این بازی را روی گوشی نصب نکنم و نمی‌کنم.

۴. تازگی‌ها نوع دیگری از تبلیغات در اینستاگرام مد شده. تبلیغ برویم بینیم چه خبر است. یکی می‌گوید دیدم این خانم اینجا نشسته لابد پول کرایه ماشین ندارد. برویم به او پولی کمک کنیم که به خانه‌اش برود. بعد با دختر صحبت می‌کنند و دختر توضیح می‌دهد که در کنار خیابان مشغول ماتاژ تبدیل کردن در بازارهای مالی است و آنقدر پول درآورده که صرف نمی‌کند از جایش بلند شود و به محل کارش برود. دختر می‌گوید: اگر به پیج استاد «فق‌توبیان» بروید می‌توانید همه فنون تبدیل کردن زیر تیر چراغ‌برق را یاد بگیرید و میلیاردر شوید. این تبلیغات آخرین مد تبلیغات اقتصاد بی‌کیفیت بدون فکر و طبیعتا بدون نظارت هستند که صرفا چون بسیار دیده می‌شوند، موفق جلوه می‌کنند. در حالی که از منظر پیام تبلیغاتی قطعا فرار و یک ایراد دارند. برای تولید کردن شان هم نیازمند ذهن خلاق و عقل درست و حسابی نیستید. فقط کافی است یک آدم فضول پشت دوربین باشد و دختری جذاب و امروزی را سوار ماشینی آنچنانی نشان دهید که با ناگله کردن به گوشی موبایلش، مشغول انجام دادن کارهای بزرگی است. تهش هم آدرسی می‌دهید که بروفان بیچ و آنجا آخرین شیوه‌های فلان کار و یاد بگیر. این تبلیغات تکراری، بدون خلاقیت و از همه مهمتر سری‌دوزی شده، به تازگی وارد بازار جدیدی از وقاحت بی‌اخلاقی و نفهمی شده‌اند. از همه بابت اینکه نمی‌توانم توهین‌های مناسب‌تر و درخورتری پیدا کنم عذر می‌خواهم، چون اینجا خانواده نشسته‌اید و شما هم بعد از خواندن پاراگراف پایینی، متوجه می‌شوید که منظورم چیست و احتمالا خودتان نفسزاهای مودبانه‌ای که نوشتم را با کلمات پرچاشنی‌تر و مناسب‌تر جایگزین خواهید کرد. خلاصی می‌رود برای مصاحبه. از مردم سوال می‌کند که عزیز از دست داده‌اند یا نه؟ مردم صحبت می‌کنند. یاد عزیزان از دست رفته می‌افتند. اشکی می‌ریزند. وارد شوک می‌شوند.

یادشان می‌افتد که عزیزی از دست داده‌اند. بعد مردی می‌آید جلوی دوربین و تعریف می‌کند که مشکلی بوده و یکی از عزیزانش به عمل نیاز داشته و عمل بسیار پرخرج بوده اما او توانسته با رفتن به پیج استاد «قزلرگیان» و یاد گرفتن شیوه‌های کسب درآمد دلاری، عزیزش را زنده نگه دارد و شما هم می‌توانید با حضور در پیج این استاد حکیم، این آموزش‌ها را ببینید! شما را نمی‌دانم اما من و تمام کسانی که این تبلیغ را دیدند، برای روح و روان خانواده استاد، چنان دعاهای خیری انجام دادند که طرف، ناچار شده کامنت‌ها را ببندد! احتمالا آن مغز متعفنی که پشت طراحی این تبلیغ بوده، از رو نمی‌رود و بر این باور است که «تبلیغم خیلی باحال بود چون مخاطب را درگیر کرد»!

گزارش روز

وزن‌کشی کاربران توئیتر در جنگ غزه؛ به نفع فلسطین یا اسرائیل؟

بررسی ۱۶ میلیون توئیت در بازه زمانی ۱۰ روزه نخست جنگ فلسطین و اسرائیل از حمایت قابل توجه کاربران توئیتر به زیان‌های مختلف از فلسطینی‌ها و همراهی اقلیت ۱۵ درصدی از اسرائیلی‌ها حکایت دارد.

به گزارش پیام آشنا: به نقل از ایرنا، همزمان با درگیری‌ها میان نیروهای مقاومت فلسطین و رژیم صهیونیستی از ۱۵ مهرماه، فضای توئیتر به عنوان یکی از جریان‌سازترین و موثرترین فضاهای خبری در ایران و جهان به شدت متاثر از این رخداد قرار گرفت به گونه‌ای که توئیت‌های پرلایک بازه ۱۰ روز نخست جنگ یعنی ۱۵ تا ۲۴ مهرماه و هشتگ‌های پرتکرار این دوره به طور کامل تحت تاثیر رخدادها در غزه و فلسطین بوده و این فضاسازی و جریان‌سازی فقط به توئیتر فارسی مرتبط نبوده و حجم زیادی از حمایت‌ها از فلسطینی‌ها از سوی کاربران غیرفارسی زبان نیز صورت گرفته است.

در مجموع از ۳۰ هشتگ پرتکرار در بازه زمانی ۱۵ تا ۲۴ مهرماه، ۵۳ درصد هشتگ‌ها در حمایت از فلسطین، ۱۵ درصد در حمایت از اسرائیل، ۸ درصد در حمایت از رضا پهلوی و سلطنت‌طلبان، ۱۷ درصد در حمایت از مهساامینی و آرمیتا گراوند و نزدیک به ۶ درصد نیز درباره ایران منتشر شده است.

محبوب‌ترین توئیت‌های ۱۰ روز نخست جنگ

پرتکرارترین هشتگ‌های ۱۰ روز نخست جنگ فلسطین-اسرائیل

در میان ۳۰ هشتگ ترند و پرتکرار ۱۰ روز اول جنگ فلسطین و اسرائیل «طوفان الاقصی» با اختلاف رتبه نخست از نظر مشارکت کاربران را به دست آورده است البته این هشتگ با سه تگ‌ارش دیگر نیز ترند شده است که اگر تعداد آنها را به این هشتگ اضافه کنیم، اختلاف آن با هشتگ‌های دیگر بیشتر نیز خواهد شد.

بعد از هشتگ طوفان الاقصی، هشتگ «آرمیتا گراوند» پرتکرارترین هشتگ توئیتر در بازه زمانی ۱۵ تا ۲۴ مهرماه بوده است. برخی کاربران ضدنظام بیشترین تلاش خود را برای برندسازی از به کما رفتن آرمیتا و مشابه‌سازی آن با ماجرای مهسا امینی انجام دادند تا در حد امکان به ایجاد نارضایی‌های سال گذشته و ایجاد آشوب در کشور دامن بزنند. با این حال و تامشخص شدن سرنوشت قطعی وی، پیگیری کاربران از وضعیت گراوند در توئیتر ادامه دارد و حتی برخی در گذشت درناک داریوش مهرجویی را به این ماجرا پیوند دادند.

در جدول زیر، ۳۰ هشتگ پرتکرار توئیتر در بازه ۱۵ تا ۲۴ مهرماه، استخراج و براساس موضوع طبقه‌بندی شده است. رنگ سبز به هشتگ‌های حمایتی از فلسطین، رنگ قرمز به هشتگ‌های حمایت از اسرائیل و رنگ سفید به هشتگ‌های مرتبط با آرمیتا پهلوی و سایر موضوع‌ها اختصاص داشته است.

محبوب‌ترین توئیت‌ها در حمایت از فلسطین

محبوب‌ترین و به عبارتی پرلایک‌ترین توئیت مربوط به این موضوع در بازه ۱۰ روزه آغازین جنگ مربوط به کاربری فلسطینی است که ۳۰۰ هزار فالوئر دارد و مطالب متنوعی را در صفحه خود نشر و بازنشر می‌کند. او در توئیت ۱۹ مهر خود با نزدیک ۵۰ میلیون بازدید، ۶۶۰ هزار لایک و ۹۵ هزار ریتوئیت، به استوری «جاستین بیبر» توجه پرمخاطب کاناداییِ واکنش نشان داده است؛ او این اقدام خواننده کانادایی را دیوانه کننده توصیف کرده است. جاستین بیبر در کپشن استوری خود برای اسرائیل درخواست دعا کرده و تصویر خرابی‌ها در اسرائیل را به نمایش گذاشته بود؛ دومین توئیت پرلایک و محبوب در توئیت‌ر به صاحب کتونی توئیتر «ایلان ماسک» مربوط بوده که بیش از ۱۰۰ میلیون بازدید گرفته، ۶۰۰ هزار بار لایک و ۷۰ هزار بار بازنشر شده است. ماسک در توئیت محافظه‌کارانه خود، ضمن آرزوی صلح برای طرفین نبرد، از اتفاقاتی که در رژیم صهیونیستی افتاده، ابراز ناراحتی کرده است.

در میان تزهای محبوب درباره این جنگ، توئیت ایلان ماسک بیشترین بازدید را با ۱۰۰ میلیون ویو دریافت کرده است.

«کریم بنزیمه» فوتبالیست مسلمان و بازیکن سابق رئال مادرید در واکنشی که مورد توجه رسانه‌های مختلف قرار گرفت با مردم فلسطین ابراز همدردی کرده و اقدامات اسرائیل را نامعادلانه و به نوعی محکوم کرده است. توئیت بنزما ۴۳ میلیون بازدید، ۵۱۷ هزار بار لایک و ۱۷۰ هزار بار بازنشر شده است. با وجود اینکه از نظر لایک این توئیت رتبه سوم را گرفته اما از نظر میزان بازنشر، پر ریتوئیت‌ترین محتوایی است که در بازه ۱۰ روزه و درباره جنگ منتشر شده است.

«مسعود اوزیل - Mesut Özil» بازیکن ترکتبار تیم ملی آلمان در توئیتی که نزدیک ۲۰ میلیون بار دیده شده، ۴۵۰ هزار بار لایک و ۸۷ هزار بار بازنشر شده، به همدردی با کشته‌شدگان جنگ پرداخته است. اوزیل در موضعی انسان‌دوستانه و احساسی، خواستار ایجاد صلح در منطقه شده و نسبت به کودکان بی‌گناه هر دو طرف جنگ ابراز ناراحتی کرده است.

جلاراک ایوباما، رئیس‌جمهوری سابق آمریکا اما به صراحت نسبت به حمله حماس موضع انتقادی گرفته و آنها را تروریست نامیده است. او ضمن حمایت از اقدامات رژیم صهیونیستی درخواست صلح عادلانه را ابراز کرده است.

جمع‌بندی

هشتگ و لایک در توئیتر دو شاخص مهم در این شبکه اجتماعی برای نشان دادن همگرایی و اهمیت موضوع‌ها و رخدادها محسوب می‌شود. بررسی هشتگ‌های مطرح در ۱۰ روز اول جنگ میان فلسطین و اسرائیل حکایت از این مهم دارد که بیش از نیمی از هشتگ‌ها و کارزارهای مجازی به علیه اسرائیل و به نفع فلسطین بوده است.

همچنین واکاوی توئیت‌های پرلایک پربازدید و پربازنشر، دلالت بر این مهم دارد که توئیت کریم بنزما با موضع‌گیری حمایتی از فلسطین به عنوان پربازنشرترین، توئیت ایلان ماسک با موضع مخالف‌گرایانه و در نقد هر نوع جنگی به عنوان پربازدیدترین و توئیت یک کاربر فلسطینی که خواننده مطرح کاناداییِ را به دلیل حمایت از اسرائیل به چالش کشیده به عنوان پرلایک‌ترین و محبوب‌ترین توئیت بازه زمانی ۱۵ تا ۲۴ مهرماه به ثبت رسیده است.

یادداشت

از تونل‌های زیر زمینی غزه چه می‌دانیم؟

به گزارش پیام آشنا: روزنامه همشهری یادداشتی را به قلم علی عبدی، کارشناس مسائل منطقه با این مقدمه منتشر کرده که در ادامه می‌خوانید:

این موضوع طی روزهای اخیر بخش مهمی از بمباران گسترده و وحشیانه غیرنظامیان در غزه در شرایطی ادامه دارد که طی روزهای گذشته مقام‌های رژیم صهیونیستی از آمادگی ارتش این رژیم به‌منظور آغاز تهاجم زمینی به نوار غزه خبر می‌دهند؛ موضوعی که نشان می‌دهد سرزمین‌های اشغالی و محور مقاومت روزهای حساسی در پیش دارند. این در شرایطی است که بنا به اذعان کارشناسان و تحلیلگران غربی و صهیونیست، این رژیم این روزها با کابوسی هراس‌انگیز و رازگونه مواجه است؛ تونل‌های جبهه مقاومت در سراسر نوار غزه.

تحلیل‌های غربی و صهیونیستی درباره روند تحولات در سرزمین‌های اشغالی را به خود اختصاص داده است. نکته محوری در همه این دست از تحلیل‌ها نگرانی فزاینده از نقش محوری تونل‌های مورد استفاده رزمندگان جبهه مقاومت فلسطینی در ایجاد توازن رامبردی با ارتش رژیم صهیونیستی است. اما نکته اینجاست که درباره تونل‌های مقاومت در نوار غزه، چه می‌دانیم؟ این تونل‌ها از ویژگی‌ها و قابلیت‌هایی برخوردار است که به کابوسی برای تصمیم‌سازان صهیونیست برای ورود زمینی به غزه تبدیل شده است. پاسخ به این سؤال‌ها می‌تواند تا حدود زیادی پاسخی برای نگرانی شدید تل‌آویو از آینده نبرد در سرزمین‌های اشغالی به حساب آید. درباره این تونل‌ها، به‌عنوان یکی از مولفه‌های قدرت رزمندگان حماس و جهاد اسلامی نکات مهمی وجود دارد که در ادامه به آنها اشاره خواهیم کرد.

یکی از مهم‌ترین نکات درباره تونل‌های مورد استفاده از سوی رزمندگان مقاومت در غزه، رازگونه بودن آن است. نکته اینجاست که تقریبا درباره تونل‌های موجود در غزه چیزی نمی‌دانیم. بخشی از اطلاعاتی که در این زمینه وجود دارد، از سوی صهیونیست‌ها و برخی رسانه‌های آلتن منتشر شده که قابل اعتنا بودن این دست اطلاعات و داده‌ها به شدت زیر سؤال است. موضوعی که تحلیلگران غربی-صهیونیست‌هم‌به‌آن اذعان دارند.

بخش دیگری از داده‌های موجود درباره تونل‌های جبهه مقاومت در غزه از تصاویر و گزارش‌هایی است که به‌صورت کاملا کنترل شده و با رعایت نکات امنیتی از سوی حماس و به‌وسیله برخی رسانه‌های عربی مانند شبکه تلویزیونی «الجزیره» منتشر شده است. اما دربرداردنه نکته مهم و قابل ارزیابی از این تونل‌ها نیست و تصویر شفافی در این زمینه به‌دست نمی‌دهد. بنابراین هراتچه که تاکنون درباره این تونل‌ها منتشر شده مبتنی بر گمانه‌زنی‌هایی است که میزان اعتبار آنها چندان قابل‌سنجش نیست. بر این اساس رازگونگی این تونل‌ها زمینه‌ساز افزایش هراس ارتش رژیم صهیونیستی در این زمینه شده و این ترس را به‌وجود آورده که ارتش صهیونیستی اسیر غافلگیری مهیب‌تری از جنس آنچه در جریان «طوفان‌الاقصی» اتفاق افتاد، شود.

نکته دیگر درباره تونل‌های حماس و جهاد اسلامی در غزه این است که این ابتکار عمل ویژه از جنس راهبردهایی است که پیش از این از سوی رزمندگان حزب‌الله لبنان نیز استفاده شده و دستاوردهای مهمی نیز به دنبال داشته است.

مکث

تاثیر منفی اینستاگرام بر سلامت روان جوانان

دفاتر دادستانی آمریکا در ۳۳ ایالت این کشور از شرکت «متا» به ویژه پلتفرم‌های فیسبوک و اینستاگرام آن شکایت کرده و آن‌ها را به گفتن تاثیر منفی بر سلامت روان جوانان به دلیل ماهیت اعتیادآور این شبکه‌های اجتماعی متهم کرده‌اند.

به گزارش پیام آشنا به نقل از یورونیوز: در شکایتی که روز سه‌شنبه به دادگاه فدرال شهر «اوکلند» در کالیفرنیا ارائه شد، دادستان‌های کل ۳۳ ایالت از جمله کالیفرنیا و «فیلیتوی» گفته‌اند که شرکت متا بارها مردم را در مورد خطرات بتیادین این پلتفرم‌ها گمراه کرده و آگاهانه کودکان و نوجوانان را به این رسانه‌ها بشدت وابسته و مجبور به استفاده از آنها کرده‌اند. در این شکایت آمده است: تحقیقات نشان داده است که استفاده جوانان از رسانه‌های اجتماعی شرکت متا مشکلاتی همچون افسردگی، اضطراب، بی‌خوابی، اختلال در تحصیل و زندگی روزمره و بسیاری پیامدهای منفی دیگر را بر پی داشته است. در ادامه شکایت آمده است: متا از فناوری‌های قدرتمند و بی‌سابقه‌ای برای جذب مشارکت و در نهایت به دام انداختن جوانان و نوجوانان استفاده کرده و انگیزه شرکت از این کار نیز سودآوری بیشتر است.

پیش از این نیز بارها در ایالات متحده آمریکا به نمایندگی از کودکان و نوجوانان علیه رسانه‌های اجتماعی شکایت شده بود. تیک‌تاک و یوتیوب نیز موضوع صدها شکایت بودند که از طرف کودکان و دانش‌آموزان و در اعتراض به اعتیادآور بودن این رسانه‌ها طرح شده‌اند. شاکیان پرونده جدید، خواستار استفاده از راه‌های قانونی مختلف از جمله مجازات‌های مدنی برای کنترل فعالیت این شبکه‌ها شدند. در پی انتشار خبر این شکایات، سهام شرکت «متا» اندکی (۰.۳ درصد) کاهش یافت.

ادعای شرکت «متا» در مواجهه با شکایت‌ها

در واکنش به این شکایات، شرکت «متا» با انتشار بیانیه‌ای مدعی شد که «هتیت آنلاین جوانان» برای این شرکت همواره یک اولویت بوده است. در این بیانیه آمده است: ما نامید هستیم که دادستان‌های کل کشور به جای همکاری مؤثر با شرکت‌ها برای ایجاد استانداردهای «واضح و متناسب با سن» برای کاربران نوجوان این اپلیکیشن‌ها این راه را انتخاب کرده‌اند.

اینستاگرام در کانون شکایات

در شکایت جدید، بیشتر روی اینستاگرام تمرکز شده است و دادستان‌ها برای اثبات ادعای خود نیز به استنادی اشاره می‌کنند که در سال ۲۰۲۱ منتشر شده و حاکی از آن بود که شرکت «متا» داده‌هایی دارد که نشان می‌دهد اینستاگرام اعتیادآور است و تاثیر روانی نامطلوب به ویژه روی دختران دارد و منجر به سرخوردگی آنها می‌شود. بر اساس این داده‌ها خواننده شرکت «متا» در تلاش است تا جوانان زمان بیشتری را در رسانه‌های اجتماعی صرف کنند؛ آن هم در حالی که می‌داند مغز نوجوانان بطور بالقوه نیازمند تایید شدن است که یکی از راه‌های کسب این تایید نیز دریافت «لایک» بیشتر از سوی دیگر کاربران است. در این شکایت همچنین آمده است که شرکت متا تا سال ۲۰۲۰ میلادی پلتفرم‌های خود را به طور عمد دستکاری کرده تا کاربران جوان زمان صرف شده در پلتفرم‌های خود را به حداکثر برسانند. این داده‌ها همچنین حاکیست که شرکت «متا» کاربران متنوع جمع‌آوری داده‌های کودکان زیر ۱۳ سال را نیز نقض کرده است. ورود داده‌ها دادستان‌های ۲۳ ایالت به این موضوع، در پی ناتوانی کنگره ایالات متحده در تصویب قوانین جدیدی در موضوع حمایت از کودکان در پلتفرم‌های آنلاین (آن‌هم به رغم سال‌ها بحث) انجام شده است. «راب بونتا»، دادستان کل کالیفرنیا در این باره گفت: متا به کودکان و نوجوانان ما آسیب می‌رساند و برای افزایش سود شرکت‌ها فعالیت‌های اعتیادآور را توسعه می‌دهد. هفت ایالت دیگر نیز قرار است شکایت‌های مشابهی را مطرح کنند که به این ترتیب تعداد کل ایالت‌های شکایت کننده به ۴۲ ایالت افزایش می‌یابد.

نشانه‌های اعتیاد به اینترنت چیست؟

درگیری بیش از حد ذهن به اینترنت به این شکل است که مهم‌ترین منبع رضایت فرد از زندگی محدود به فضای مجازی می‌شود و از این رو تعاملی به ارتباط فیزیکی و داشتن روابط اجتماعی حتی با نزدیکان و دوستان خود نخواهد داشت. حتی در صورت حضور در چنین جمع‌هایی احساس ناخوشایندی را تجربه خواهد کرد. گاه دیده شده که افراد برای ترک عادت استفاده بیش از حد از فضای مجازی و اینترنت دچار علائمی مثل بی قراری، اضطراب، بی خوابی، افسردگی و... شدند. کاهش کیفیت خواب و افت تحصیلی نیز ممکن است در این زمینه مشهود باشد.

اهدای خون، اهدای زندگی

گزارش روز

هر کسی کو دور ماند از اصل خویش باز جوید روزگار وصل خویش

مولانا

خواندنی: امروز با حافظ

در بهای بوسه‌ای جانی طلب
می کنند این دلستانان الغیاث
خونِ ما خوردند این کافردلان
ای مسلمانان چه درمان؟ الغیاث

فال روز: اوقات شرعی فردا

اذان صبح	طلوع آفتاب	اذان ظهر	غروب آفتاب	اذان مغرب
۰۵:۰۰	۰۶:۲۴	۱۱:۴۹	۱۷:۱۴	۱۷:۳۲

برگه: رؤیاهایت را به خاطر بسپار و برای شان بجنگ...

پائولو کوئلیو

رسانه چه خبر

ایران به بیش از ۵۰ کشور جهان دارو صادر می کند

ایرنا: معاون وزیر و رئیس سازمان غذا و دارو گفت: داروهای عرضه شده در کشور مجوز سازمان غذا و دارو را دارد و اکنون به بیش از ۵۰ کشور جهان دارو صادر می‌کنیم. سید حیدر محمدی افزود: این سازمان عضو سازوکار تولید داروهای با کیفیت در جهان است. وی گفت: کشورمان در تولید داروهای با کیفیت مشکلی ندارد البته امکان دارد در مواردی مشکلی وجود داشته باشد که باید گزارش‌دهی و سپس علت آن بررسی شود. محمدی با بیان اینکه طی بازدیدهای انجام گرفته، داروخانه‌های دولتی با کمبود دارویی مواجه هستند، اظهار کرد: علل بروز این مساله به دلیل وجود بدهی است ولی این مسائل در داروخانه‌های خصوصی وجود ندارد. این مسئول گفت: مطالبات این معاونت از سازمان‌های بیمه‌ای ۶۰ هزار میلیارد ریال است و در این میان با توجه به بدهی‌ها کسری بزرگی وجود دارد. وی اضافه کرد: جمع بدهی سازمان‌های بیمه‌ای به این معاونت تا آخر مرداد سال جاری بابت دارو و تجهیزات ۱۶۷ هزار میلیارد ریال بوده و در زمان حاضر وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در حوزه هایی مثل بیماران فوتی و تصادفات زیان‌ده است. محمدی افزود: یکی از سیاست‌های معاونت غذا و دارو این است که در صورت بروز مشکل در تولید داروی داخلی بلافاصله برای واردات آن اقدام می‌کنیم تا مشکل به وجود آمده برطرف شود. وی همچنین اظهار کرد: در زمان حاضر ساماندهی در خصوص تبادل دارویی راه اندازی شده است تا تمامی داروخانه‌ها و مراکز بتوانند داروهایی تاریخ نزدیک خود را عرضه کنند و دانشگاه‌های دیگر نیز با مشاهده آنها امکان تبادل را داشته باشند. رئیس سازمان غذا و دارو به تعامل دستگاه‌های نظارتی در حوزه چالش‌های غذا و دارو اشاره کرد و گفت: هم افزایی و همکاری برای پاسخگویی به مشکلات به وجود آمده می‌تواند بسیار اثربخش باشد. محمدی افزود: متکر نظارت نیستیم اما پاسخگویی روزانه بابت مسائل مختلف در این حوزه وقت و انرژی زیادی را می‌گیرد و همین امر مانع پرداختن به مسائل دیگر می‌شود.

ارتباط علائم عصبی کووید با آلزایمر

سایتک دیلی: علائم عصبی در بیماران کووید۱۹ ممکن است نشان دهنده افزایش خطر ابتلا به بیماری آلزایمر باشد و همراه با افزایش سن عامل مهمی برای هر دو بیماری محسوب می‌شود و تحقیقات کنونی در حال بررسی جزئیات این ارتباط بالقوه است. علائم عصبی مختلفی که بیماران مبتلا به کووید۱۹ تجربه کرده‌اند نشان می‌دهد که عفونت‌های ویروسی ممکن است خطر تخریب عصبی را افزایش دهند و به نوبه خود می‌تواند به ایجاد شرایطی مانند بیماری آلزایمر کمک کند. تحقیق کنونی پیوندهای سازوکارانه بالقوه بین کووید۱۹ و بیماری آلزایمر را بررسی می‌کند. محققان خاطرنشان کردند که سن بزرگترین عامل کمک‌کننده در ابتلا به بیماری آلزایمر و کووید۱۹ است و به‌نظر می‌رسد که هر دو تأثیرات دیگری را با اثرات هم‌افزایی بالقوه بر تخریب عصبی افزایش می‌دهند. دکتر توماس لی لین، محقق دانشگاه کالیفرنیا ایروین آمریکا گفت: من معتقدم در چند سال آینده شواهد در حل ظهور ارتباط بین عفونت میکروبی و بیماری‌های عصبی بیشتر حمایت می‌کند. وی افزود: در مورد بیماری آلزایمر، آزمایشگاه ما اکنون در حال آلوده کردن سویه‌های مختلف موش‌های مبتلا به آلزایمر تغییر یافته ژنتیکی با ویروس‌های کرونای موش و نیز سارس-کووا- سازگار با موش است تا تأثیرات آن را بر آسیب‌شناسی عصبی بیماری آلزایمر ارزیابی کند. ما هیجان‌زده هستیم تا دریابیم عفونت کرونا چگونه بر شدت بیماری تأثیر می‌گذارد. یافته‌های این تحقیق در مجله Neurochemistry منتشر شده است.

پروبیوتیک‌های ماست و پنیر در کاهش فشار خون موثرند

هلث لاین: یک مطالعه جدید روی موش‌ها نشان می‌دهد که دو سویه پروبیوتیک موجود در غذاهایی مانند ماست و پنیر ممکن است به کاهش فشار خون کمک کنند. یک مطالعه جدید دو گونه از پروبیوتیک‌ها را شناسایی کرده که ممکن است مزایای محافظتی در برابر فشار خون بالا را رقم بزند تا این حال، تحقیق هنوز در مراحل اولیه است، زیرا حجم نمونه کوچک مطالعه تنها ۲۹ موش را شامل می‌شود.

فشار خون بالا می‌تواند یک اثر آبشاری داشته باشد و خطر سایر مشکلات سلامتی را افزایش دهد؛ از جمله:

- حمله قلبی
- سکته
- بیماری کلیوی

اصلاح شیوه زندگی و مصرف دارو به طور سنتی برای درمان یا کاهش فشار خون توصیه می‌شود. اخیراً یک مطالعه کوچک روی ۲۹ موش، دو گونه از پروبیوتیک‌ها را شناسایی کرد که ممکن است مزایای محافظتی برای فشار خون بالا داشته باشند. این مطالعه نشان می‌دهد که سویه های پروبیوتیک Bifidobacteri- um Lactobacillus rhamnosus و Lactobacillus در غذاهایی مانند ماست و پنیر یافت می‌شوند می‌توانند به کاهش فشار خون کمک کنند. با این حال، کارشناسان هشدار می‌دهند که هنوز سوالاتی در مورد اینکه آیا این سویه های پروبیوتیک برای درمان و محافظت از فشار خون بالا مفید هستند یا خیر وجود دارد. به ویژه اینکه آیا این تحقیقات می‌تواند برای انسان‌ها اعمال شود یا خیر.