info@payamdaily.ir

نختین روزنامه صبح البرز

پیام آشنا

شماره ۲۲۶۳
دوشنبه / ۶ شهریور / ۱۴۰۲
۱۱ / صفر / ۱۴۴۵
28 / August / 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: ۳۲۵۳۳۸۳۸-۳۲۵۳۴۴۴۳-۰۲۶-فکس: ۳۲۵۳۰۱۰۱
امتیاز در طرح ارزیابی کیفی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۵۸/۲۳
چاپ: کارگر

قرآن ۸۸

امروز با حافظ

نشان یارِ سفر کرده از کِه پُرسم باز
که هر چه گِفت بَرِید صبا پریشان گفت
فغان که آن مهِ نامهربانِ مهرگسِل
به تَرکِ صحبت یاران خود چه آسان گفت

غزلواره

بر سر آنم که تا سر دارم از دستم دهد
بر ندارم سر ز خاک رهگذار کوی دوست

ابن حسام خوسفی

قرآن کریم

اوقات شرعی فردا

اذان صبح	طلوع آفتاب	اذان ظهر	غروب آفتاب	اذان مغرب
۰۴:۰۷	۰۵:۳۵	۱۲:۰۷	۱۸:۳۸	۱۸:۵۷

برگه

اغلب شکست‌های زندگی برای افرادی رخ داده که موقع تسلیم‌شدن نمی‌دانستند چقدر به موفقیت نزدیک شده‌اند...

توماس ادیسون

برش

رویافروشی مشاوران زرد در امتداد مافیای کنکور!

بگذریم از اینکه گاهی اوقات برخی از داوطلبان به توصیه مشاوران زرد کنکور رشته‌هایی را انتخاب می‌کنند که هیچ تناسبی با علاقه آن‌ها ندارد؛ به همین خاطر هم ۳۰ درصد کنکوری‌ها پس از قبولی به دلیل انتخاب رشته نادرست تغییر رشته می‌دهند.

به گزارش پیام آشنا به نقل از جوان، با تمام تغییراتی که در کنکور امسال رخ داده است، از دو مرحله‌ای شدن گرفته تا تأثیر ۴۰ درصدی سوابق تحصیلی، در نهایت دیپلمه‌های امروزی مانند دهه نُ‌صدی‌ها فکر نمی‌کنند و بازار کنکور مانند گذشته داغ نیست. کنکور در سال‌های اخیر نسبت به دو دهه گذشته محبوبیت و گستردگی خود را از دست داده‌است و این را می‌توان از آمار و ارقام شرکت‌کنندگان و انتخاب رشته‌ها متوجه شد. کنکور سال ۱۴۰۲ نسبت به سال ۱۴۰۱، با کاهش ۲۴ درصدی و به عبارت دیگر با کاهش ۳۶۹ هزار و ۷۸۶ نفری داوطلبان همراه بوده‌است؛ با تمام اینها، اما مافیای کنکور دست بردار نیست و همچنان از یافته‌ها به این آب گل آلوده ماهی خودش را می‌گیرد. با اعلام نتایج کنکور نوبت مشاوره‌های برای انتخاب رشته است و بازار مشاوران زردی که در داوطلبان انتظارت غیر واقعی ایجاد می‌کنند وبابت این رویا فروشی پول‌های کلان می‌گیرند هم داغ می‌شود.

از چند صد هزار تومان تا چند میلیون

واقعیت این است که دفترچه انتخاب رشته کنکور چندان خوش‌خوان و واضح نیست. به همین خاطر اغلب داوطلبان که با ترس شدیدی برای انتخاب رشته دست و پنجه نرم می‌کنند، ترجیح می‌دهند برای انتخاب رشته از کسی کمک بگیرند. قیمت مشاوره انتخاب رشته در مراکز مشاوره متفاوت است؛ آموزش و پرورش شهرستان‌های استان تهران مبلغ ۳۰۰ هزار تومان را اعلام کرده‌است. اما وقتی داوطلبان به یکی از پایگاه‌ها مراجعه کردند، مبلغ ۶۰۰ هزار تومان اخذی بند و حتی انتخاب رشته سامانه‌ای هم در این مرکز انجام نمی‌شد. انتخاب رشته مجازی برای سه جلسه ۳۰ و ۴۵ دقیقه‌ای، یک میلیون تومان و برای دو جلسه نیم‌ساعت تا یک ساعته حضوری، یک میلیون تومان است؛ برخی مراکز مشاوره بین یک تا ۴ میلیون تومان می‌گیرند و این اعداد در بین برخی مشاوران، خیلی بالاتر از این حرف‌هاست. انتخاب رشته‌های تضمینی و بیناریاهایی که رویا می‌فروشند در شهر تهران و برای طبقاتی که پولش را دارند، گاهی میلیونی آب می‌خورد؛ بیناریاهایی از ۲ میلیون و انتخاب رشته‌هایی تا۸ میلیون تومان!

ادامه مافیای کنکور

محمد داوری، کارشناس آموزش و مشاوره تحصیلی، ضمن تأیید رُویه‌های نجومی برای انتخاب رشته تأکید می‌کند: «در تهران و شهرهای بزرگ است که خلاءها در این مبالغ را پرداخت می‌کنند و این‌ها ادامه مافیای کنکور است.» داوری با تأکید بر اینکه مشاوران زرد کنکور در بحث انتخاب رشته را باید دیگر مافیای کنکور در نظر گرفت، می‌افزاید: «این مسئله هم از پیامدهای پدیده کنکور است و این مشاوره‌ها بیش از آنچه مؤثر باشد و جنبه مشورتی داشته‌باشد، در ذهن داوطلبان و خانواده‌ها جلوه می‌کند و تبدیل به شعبده‌بازی‌های پیچیده‌ای شده که انگار مشاور معجزه می‌کند این در حالی است که رتبه مشخص و وضعیت صندلی‌های دانشگاه‌ها هم مشخص است و چیز پیچیده‌ای نیست و خود داوطلب می‌تواند تشخیص دهد احتمال قبولی‌اش در کدام رشته و دانشگاه بیشتر است.» وی با بیان اینکه مشاوران زرد افرادی هستند که مهارت و دانش لازم را ندارند، اما مثل یک دلال زیاد از شعبده‌باز خودشان را به گونه‌ای معرفی کرده‌اند که انگار مهارت دارند، می‌افزاید: «در حالی که انتخاب رشته مهارت پیچیده‌ای نیست.» داوری می‌افزاید: «در حالی که نیمی از داوطلبان انتخاب رشته نمی‌کنند، نیم دیگری که انتخاب رشته می‌کنند، هدف مشاوران زرد هستند از این ۴۵ درصدی که انتخاب رشته می‌کنند بیش از نیمی اصلاً امیدی به قبولی ندارند، اما مشاوران زرد به آن‌ها هم امید می‌دهند، چون می‌خواهند بازارهای خود را گسترش دهند و ۴۵۰ هزار نفر متقاضی مشاوره آن‌ها باشند. در حالی که با کدام معادله برای این افراد امیدبخش است؟ اما این‌ها طوری امید می‌دهند که ما جوری رشته‌های شما را می‌چینیم که رشته مورد نظرت قبول شود! این‌ها بی‌اخلاقی‌هایی است که در حوزه مشاوره زرد انجام می‌گیرد.»

سوداگری مشاوران زرد

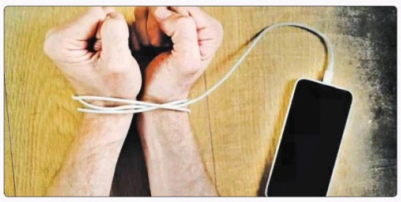
مسعود سعادتی، عضو هیئت علمی دانشگاه فرهنگیان هم درباره فعالیت مشاوران زرد کنکور می‌گوید: «با توجه به فرآیند پذیرش هزینه‌کردن برای انتخاب رشته منطقی نیست. در حال حاضر دانش‌آموزان از قدرت انتخاب بالایی برخوردارند و از سوی دیگر فرآیند پذیرش به گونه‌ای است که حتی اگر اولویت پایینی هم انتخاب کنند، اگر نمره فرد با آن رشته تناسب داشته‌باشد می‌تواند قبول شود. بر این اساس به نظرم بازری که در خارج از آموزش و پرورش برای انتخاب رشته ایجادشده بیشتر جنبه سودجویی دارد، مگر در مواردی که این مؤسسات بخواهند رشته‌ها را به لحاظ درس‌ها با بازار کار به داوطلبان معرفی کنند، می‌تواند کارکرد داشته‌باشد. چون همه داوطلبان از جزئیات همه رشته‌ها آگاهی ندارند، اما برای انتخاب رشته بهتر است دانش‌آموز به ترتیب علاقه‌مندی‌اش رشته‌ها را انتخاب کند و با توجه به رتبه و نمره علمی می‌تواند در یکی از رشته‌های مورد علاقه‌اش پذیرفته شود.» وی معتقد است فعالیت مشاوران زرد برای انتخاب رشته قطعاً سوداگری است و از سوی دیگر، چون خارج از آموزش و پرورش قدام می‌کنند، هر جور دلشان می‌خواهد رفتار می‌کنند و هر قدر تبلیغ‌شان بیشتر، پول می‌گیرند!

گزارش روز

نقدی بر مکاتب مجازی جدید با تبلیغ سبک زندگی «من پسند»

زندگی ساندویچی

چند نفر را می‌شناسید حال تعبیر «سلسله ساندویچی» یا «ازدواج ساندویچی» به گوشمان خورده است؟ این ساندویچ ایده یا آن ساندویچ‌های خوشمره‌ای که نخورده، آب از دهانتان راه می‌افتد، فرق می‌کند. ما حالا به هر چیزی که در کسری از ثانیه ظاهر و به همان سرعت نیز ناپدید و به عبارتی بلعیده می‌شود، تعبیر «ساندویچ» می‌دهیم.



به گزارش پیام آشنا به نقل از ایران، خیلی‌ها البته این تعبیر را برای نسلی به کار می‌برند که مانند محتویات ساندویچ بین دو نسل پیر و جوان تر از خود، گیر افتاده و نمی‌دانند این فاصله عجیب و غریب را چگونه باید پر کنند. نسلی که سال‌هاست به «نسل ساندویچی» معروف شده و مدام درگیر و دار فشاری است که از طرف هر دو نسل تحمل می‌کند. با واژه «ساندویچ» البته عناوین دیگری هم ساخته شده، نمونه‌اش هم همین «ازدواج‌های ساندویچی» که دنیای مدرن به نام ازدواج‌های سریع‌السیر، برای رفع نیازهای خارج از تعهد طولانی‌مدت به برخی همنسلان ما تحمیل کرده است!

موضوع این گزارش البته نه «نسل ساندویچی» و نه حتی «ازدواج‌های ساندویچی» است. موضوع ما اصطلاح جنبدی به نام «زندگی ساندویچی» است که نسبت‌پرورده جامعه مصرفی این روزهایی است که خودمان برای خودمان ساخته‌ایم. از یک طرف مدام از تنوع کالاها و خدمات و زندگی سطحی که با تبلیغات افاقوئستده و فریبنده به زندگی‌مان شلیک می‌شود، استقبال می‌کنیم و از آن طرف تلاش می‌کنیم تا خودمان را یک نسل متفکر، کتیخوان، بادکستی، اهل ورزش و علاقمند به فلسفه و موسیقی فخیم جا بزنیم.. تا همین چند سال پیش یعنی قبل از پیدا شدن سروکله شبکه‌های اجتماعی، تنها ویژگی یک زندگی مطلوب برای اغلبمان، قبولی در یک دانشگاه دولتی و پیدا کردن یک کار آبرومند ساده بود، اما حالا ما خودمان را نقیضاً مثل محتویات یک ساندویچ در بین دو لگوی پیچیده‌ای قرار داده‌ایم که میل و ذائقه و سلیقه و همه چیزمان را بشدت تحت تأثیر قرار داده است. موجی که ناخواسته از لگوهای تزریق شده جامعه‌ای بلند می‌شود که اجازه نمی‌دهد قرار بدانند دقیقاً از زندگی فروزش جو مه خواهند. برای همین صفحات شبکه‌های مجازی را که با تعمق ورق بزنید، می‌بینید ما حالا از ظواهر تکراری به زندگی‌های تکراری رسیده‌ایم. زندگی‌های شبیه به‌هم که اگر شما به عنوان یک شهروند عادی به آنها تن ندهید، از چهارچوب اصلی که این جامعه به شما تحمیل می‌کند، خارج شده‌اید.. شاید به خیلتان لگوهایی که این روزها از دریچه‌های مجازی تبلیغ می‌شود، چندان هم بد نیست.. اصلاً چه کسی می‌تواند دانستن ترابیست شخصی را نهی کند. اتفاقاً چه خوب که نسل امروزی ما، به جای دود و قلیان و افسردگی و مدام غر زدن و گلایه کردن، سرش به ورزش و کتاب و بادکست گرم شده است! واقعیت، اما آن تصویر زرق و برق پیچیده به قول امروزی‌ها «فایس» نیست! چرا که ما حالا درگیر زندگی ساندویچی شده‌ایم که می‌خواهد هر چیزی را در سریع‌ترین زمان و سطحی‌ترین حالت ممکن، درست مثل یک ساندویچ خوشمزه آماده، به ما قالب کند. می‌پرسید چگونه؟ براحتی..کافی است صفحات یکی از همین لگوهای موفق را نبیال کنید. کسی که به قول تصویری که از خودش منتشر می‌کند، روزانه یک ساعت از وقتش را ورزش می‌کند و کمی که جلوتر می‌روید، جز همان چندشاتی که همنگام عکسبرداری گرفته، تقریباً بقی روز را در رختخوابش بی‌حوصله غلت زده است. یا فردی که مدام از خواص گیاه‌خواری می‌گوید و وقتی ناخواسته میل‌اش را در یک رستوران معمولی می‌گیرید، از خجالت آب می‌شود. یا آن بوست گرامی که در وصف دانستن ترابیست و جلسات هفتگی مشاوره‌اش برای شما پند و اندرزهای حکیمانه سر می‌دهد و اما وقتی در زندگی شخصی‌اش دقیق‌تر می‌شوید، دلتان نمی‌خواهد لحظه‌ای جای او باشید. شاید بگویید «حرف خوب را ولو از آدم بد باید شنید»؛ درست، اما وقتی جنین فردی خود را غرق تصویر مجازی خودخواسته‌ای می‌کند که فقط در یک تصویر خلاصه می‌شود، نمی‌تواند مملّ زندگی مطلوبی باشد که خیلی‌ها را به آن تشویق می‌کند و البته تکثیر لگوهای موفق مدل به مشکلات دیگری هم ختم می‌شود و آن اینکه فرد در هاله‌ای از یک تصویر مثبت، به زندگی خیالی مشغول می‌شود که به نسخه واقعی خودش هیچ شباهتی ندارد و تنها او را دچار غرور ناخواسته‌ای می‌کند که فکر می‌کند شاید واقعاً برای خودش کسی شده.. از طرفی این مثبت‌اندیشی زوری که به کل مخاطبانش القا می‌شود، آنها را از واقعیت‌های منفی زندگی دور می‌کند. دیدن مداوم چهره‌های موفقی که برای جلب طرفدار، صبحتان را با صحبه معروف «لوتمیل»، (حِق و نوسر و شیر) یا چند عدد بلوبری آغاز کرده و در ادامه بعد از چند صفحه کتاب خواندن و یک پیاده‌روی نیم ساعته در زیباترین منظره اطراف خانه‌مان، خودمان را برای ناهار (ماهی سالمون با سس نعناع) آماده می‌کنند در هیچ کجای نمیابد نیست، اما وقتیت اغلب ما بریدن از خواب شیرین صبحگاهی و خوردن یک نان و پنیر ساده بین راهی است که در فاصله بین محل کار یا دانشگاه به سرعت قورت می‌دهیم و بعد هم خودمان را برای یک روز کاری شلوغ با درس‌های سنگین آماده می‌کنیم و ادعاهای راهم قطعاً خیالی‌هایتان از حفظیه.. یا صحبت از ترابیست، آن‌هم جلسه‌ای به طور میانگین ۳۰۰ هزار تومان برای نسلی که در خرید یک سوپرمارکت معمولی هم مانده، چندان قابل قبول نیست..

تزریق این لگوها البته خطرات دیگری هم دارد. نسلی که مخاطب این زندگی ساختگی است، بلورش می‌شود که زندگی مطلوب یعنی همین تصویر و وقتی زندگی واقعی‌اش را با این توهمات وبرایش شده، مقایسه می‌کند، دچار افسردگی، بی‌میلی، اضطراب و نگرانی می‌شود. از طرفی فردی که آرزویش رسیدن به این لگوهای سفارشی است، با ظاهرسازی همه تلاشش را می‌کند تا بلکه گوشه‌ای از زندگی متفاوتش را به این تصویر گره بزند و در نتیجه نسلی که از این تفکر بیرون می‌آید، می‌شود نسلی که در ابتدایی‌ترین حالت، فقط چند بادکست گوش داده و چند جمله از کتاب‌های معروف را حفظ کرده و.. اما باورش این است که به یک آدم اهل تفکر تبدیل شده است! چنین فردی خودش را بی‌نیاز از تعمق و تأمل می‌داند و نتیجه جنین انگوبرداری کپی‌شده‌ای را خودتان می‌توانید به‌راحتی حدس بزنید. مثال واضحش هم همین «مهاجرت». اگر بمانید که عقب افتاده‌اید و اگر بروید هم که حتماً آنجا با طرفرشده‌اید و با زاسلمندان پرستاری می‌کنید..

در این موضوع، شما دقیقاً در وسط دو جریان فکری پرفشاری قرار گرفته‌اید که مثل نان ساندویچ شما را از هر طرف فشار می‌دهد تا مسیرتان را به سمت خودش تغییر دهد، اما آنچه در نهایت از شما باقی می‌ماند، یک شخصیت درب و داغان عروسکی است که اصلاً نمی‌داند کجای ماجرا قرار گرفته.. آیا باید بروم؟ آیا باید بمانم؟ و مسأله اینجاست که در کشاکش این دو تفکر، شما مانند حزب باد برای همین عده‌ای در آن سوی آب‌ها ساخت صفحات انگیزشی تلاش می‌کنند شما را جذب این جریان کنند و در مقابل عده‌ای دیگر در جهت مخالف سعی دارند تا مهاجرت را از اساس زیر سؤال ببرند و البته شما که به هر دلیلی تصمیم به ماندن یا رفتن گرفته‌اید، اگر خلاف هر دو جریان باشید و برای تصمیمتان دلایل قانع‌کننده‌ای نداشته‌باشید، قطعاً سرخورده و مأیوس و ناامید می‌شوید..

شما هم حتماً یادتان می‌آید، نهضت «من می‌توانم‌های زورکی و القائات مثبت‌اندیشی فشاری» که در ظاهر قرار بود روانتان را سالم کند، اما در باطن روح و روان خیلی‌ها را دچار آسیب کرد. جالب اینکه خیلی از همین ایده‌پردازان با ساخت و یافت‌های سازماندهی شده، سراغ ساخت ویدیوها و بادکست‌های مخاطب‌پسند رفتند و از این ناحیه، پول‌های کلانی به جیب زدند. این گزارش البته قرار نیست به جنگ ایده‌های مثبت‌اندیشی و یا حتی مخالفت با سبک‌های زندگی سالم بود، تحلیل همه آنچه این روزها با واقعیت اجتماعی زندگی ما سروکار دارد، یک مسئولیت اجتماعی است. شفافسازی پشت پرده همه این سبک‌های زندگی رؤیایی، به جامعه خسته و ناامید این روزها کمک می‌کند تا نسبت از مقایسه و کپی‌برداری‌های بی‌تفکر دست بردارد. ما هرکدام‌مان نسخه زندگی ایده‌آل خودمان را داریم. گاهی لازم است حتی خودمان را به‌بیرون خودمان هم مقایسه نکنیم، گاهی باید از زندگی سلفونیچی حتی یک گاز هم‌بزنیم!

اشاره

ایرانی‌ها در جدول بازی صعود کرده‌اند

۳۴میلیون گیمر ایرانی

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در تازه‌ترین گزارش خود اعلام کرده است که در سال گذشته ۳۴میلیون نفر از ایرانی‌ها به شکلی فعال بازی می‌کنند!

به گزارش پیام آشنا به نقل از جام‌جم آنلاین، در این آمار همچنین به نقش زنان نیز اشاره شده که نشان می‌دهد تعداد گیمرهای زن نیز در حال افزایش است. روند رو به رشد تعداد گیمرهای ایرانی ازجمله موارد مهمی است که می‌توان در حوزه مهندسی فرهنگی به آن تامل کرد.

علاقه جامعه ایرانی همراه با جهان به حوزه بازی‌ها از جایی مهم، بفظر می‌رسد که بستر بازی‌های رایانه‌ای زمینه تازه و مهم استراتژیکی برای انتقال مفاهیم است.

به این معنا که حالا فارغ از حوزه‌هایی همچون سینما و موسیقی این بازی‌ها هستند که می‌توانند مانند یک رسانه مستقل و مؤثر بر ذهن بازیکنان تاثیر بگذارند. روند رو به رشد و قابل توجه گیمرهای ایرانی طی ۱۰ سال گذشته هم نشان از این دارد که افزایش معنادار مخاطبان این بازی‌ها نباید جامعه فرهنگی ایران را از این زمینه مؤثر عقب بیندازد. اما بازی‌ها اساسا به چه بازی‌هایی علاقه دارند؟ با طیف سنی آنها چگونه است؟ آگاهی از این شاخص‌ها می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های آینده برای بازی‌سازان و قانون‌گذاران هم مهم باشد.

مکث

زن، رسانه زرد و خانه‌داری

مطبوعات، اینترنت، سینما، بازی‌های رایانه‌ای و تبلیغات در این سال‌ها، توانسته‌اند مجمعه‌های رسانه‌ای وسیعی که خواسته‌گاهی غربی و براساس نیازهای جامعه غربی طراحی و تولید گشته را ایجاد کند و مفاهیم مطرح در این قالب‌ها را به یکی از اصلی‌ترین نیازهای زندگی انسان‌ها بدل سازد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از همشهری آنلاین، دکتر لوفلفل قبلی در یادداشتی با موضوع آسیب‌های روزنامه‌نگاری بیهوده روی زنان خانه‌دار نوشت:

«در جوامع اسلامی، دین و تبلیغ دینی یکی از مهم‌ترین منابع تولید فرهنگ است. از جمله ویژگی‌های سنتی تبلیغ دینی حضور مستقیم و چهره به چهره مبلغان دینی بود. این نوع تبلیغ دینی البته بر خصیصه اساسی داشت: نخست، پیوند تبلیغ دینی با عنصر «مکان» - «مسجد» که به اقتضای فضای هندسی و جایگاه فرهنگی- قدسی، چونان مکمل پیام شفاهی در تبلیغ دینی عمل می‌کرد و نوم، پیوند تبلیغ دینی با شخصیت، اخلاق، رفتار و بطور کلی سیمای عمومی مبلغ. بدین‌سان تبلیغ دینی پیوند آشکاری با مکان و شخصیت مبلغان داشت. این ویژگی‌های تبلیغ دینی در کنار فقدان یا ضعف دیگر منابع تولید پیام در جوامع سنتی، لاجرم دین و نهادهای دینی را به منبع منحصر تولید فرهنگ بدل کرده بود. لیکن، پیدایی و گسترش رسانه‌های جدید، البته، اقتضاها، امکانات و چالش‌های جدیدی را در نسبت بین دین و فرهنگ در جهان امام ایجاد کرده است. نخستین ویژگی رسانه‌های جدید، گسست بین پیام و مکان، و نیز پیام و شخصیت اخلاقی و رفتار فردی- اجتماعی مبلغ است.

مطبوعات، اینترنت، سینما، بازی‌های رایانه‌ای و تبلیغات در این سال‌ها، توانسته‌اند مجمعه‌های رسانه‌ای وسیعی که خواسته‌گاهی غربی و براساس نیازهای جامعه غربی طراحی و تولید گشته را ایجاد کند و مفاهیم مطرح در این قالب‌ها را به یکی از اصلی‌ترین نیازهای زندگی انسان‌ها بدل سازد. دنیای رسانه‌ای که امروزه در آن به راحتی فیدهای زمانی و مکانی برداشته شده است. رسانه‌ای که بیشتر از آنکه رسانه دولت‌ها شناخته شود، به رسانه ملت‌ها مشهور است. در این میان موج وسیعی از تاثیرگذاری توسط رسانه‌های خرد و کلان در شبکه‌های مجازی بزرگ در کنار رسانه‌هایی چون فیلم‌های سینمایی، بازی‌های رایانه‌ای، مطبوعات، رادیو، کلیپ‌های موسیقی و حتی ورزش‌های جهانی با یک هدف مشغول فعالیت هستند. هدفی بس بزرگ و شگرف که با رسیدن به آن در طول سال‌ها کار کردن و تلاش شبانه روزی تقریبا برایشان محقق گشته است. آنها سال‌هاست که به این نتیجه رسیدند که برای داشتن اقتصاد، سیاست، اجتماع و حتی فرهنگ مطلوبشان تنها یک راه در پیش دارند و آن اینکه «شیوه اندیشیدن» مردم را آنچنان که خود می‌خواهند تغییر دهند. رسیدن به این هدف به معنای تغییر «نوع زندگی» و عمل مردم است. با کمی درایت و ریزبینی به راحتی می‌توان متوجه این ساختار نظام‌مند و منظم در تمامی ابزارهای رسانه‌ای آنها شد. آنها به ماشیوه لباس پوشیدن، غذا خوردن، خرید کردن، شنیدن موسیقی، ورزش کردن، سرکار رفتن، خانه و اتومبیل خریدن و حتی حرف زدن را هم القاء می‌کنند. تفکر غالب آنها این است که با فراگیر شدن این ابزارهای رسانه‌ای و مهم استراتژیک بودن آنها، تنها کافیست آنطور که ما می‌خواهیم بیاندیشید و عمل کنید.

اما آنچنان که می‌دانیم؛ دین مبین اسلام از همان ابتدا محتوایی جز ارائه روش درست زندگی کردن برای انسان‌ها نداشته است. دینی مبتنی بر دستورالعمل‌های ریز و با نقتی که برای همه ابعاد زندگی انسان کارساز است. به نظر می‌رسد امروزه یکی از موثرترین شیوه‌های تبلیغ دینی استفاده از ظرفیت رسانه به ویژه رسانه‌های مکتوب است. امروزه زنان خانه‌دار به عنوان یکی از عناصر موثر در تنظیم‌گری رفتار اعضای خانواده و شکل دادن به زنجیره ارزش سبک زندگی اسلامی، مخاطب مفعول نهاد تبلیغ دینی هستند. برای این قشر یکی از جذاب‌ترین فرم‌های ارتباط رسانه‌ای و فرهنگی، زورنالیسم زرد یا همان مجلات عامه‌پسند است که با استقبال آنها نیز مواجه است. طرح مباحث مختلف سبک زندگی اسلامی در قالب‌های جذاب و عامه‌پسند می‌تواند راهبرد موثری برای تخاطب با این قشر تاثیرگذار باشد».

رسانه چه خبر

هشدار درباره کلاهبرداری به نام سود سهام عدالت

روابط عمومی سمات: با تقسیم سود نقدی اکثر شرکت‌های سرمایه‌پذیر سهام عدالت، بازار کلاهبرداری به اسم واریز سود سهام عدالت داغ شده است و مردم باید مراقب پیامک‌های جعلی یا پیوندهای حاوی بدافزارها باشند. محسن عبدی رئیس اداره توزیع سود شرکت سپرده‌گذاری مرکزی گفت: تاکنون ۲۵ شرکت موجود در سبد سهام عدالت تقسیم سود نقدی خود را انجام داده‌اند. وی تصریح کرد: با تقسیم سود نقدی اکثر شرکت‌های سرمایه‌پذیر سهام عدالت، بازار کلاهبرداری به اسم واریز سود سهام عدالت داغ شده است و مردم باید مراقب پیامک‌های جعلی یا پیوندهای حاوی بدافزارها باشند.

مکمل‌های روغن ماهی تاثیری در بهبود سلامت ندارند

هلت دی نیوز: یک مطالعه جدید نشان می‌دهد ممکن است استفاده از مکمل‌های روغن ماهی تاثیری در سلامت قلب و مغز و همچنین مفاصل، چشم‌ها و سیستم ایمنی نداشته باشند. نویسنده مطالعه «جوئل لیوریان» از دانشگاه تگزاس، گفت: «از آزمایش‌های تصادفی و بزرگ اخیر می‌دانیم که مکمل‌های روغن ماهی از بیماری قلبی در جمعیت عمومی پیشگیری نمی‌کنند، اما این حال یکی از رایج‌ترین مکمل‌هایی هستند که اغلب توسط افرادی که هنوز معتقدند برای قلبشان مفید است، مصرف می‌شود.» نویسندگان با استفاده از داده‌های بزرگ مکمل‌های روغن ماهی موجود در بازار، درباره آنچه این برچسب‌ها واقعاً می‌گویند، تحقیق کردند. محققان همچنین کل دوزهای روزانه ترکیبی EPA و DHA، لیپیدهای چرب اُمگا ۳ موجود در روغن ماهی را ارزیابی کردند. آنها دریافتند که ۲۰۸۲ مورد از ۲۸۱۶ مورد بررسی شده حداقل یک ادعای سلامتی داشتند که تقریباً ٪۷۴ است. و از آن‌ها، تنها ۱۹ درصد ادعای سلامت واجد شرایط مورد تأیید سازمان غذا و دارو آمریکا را ارائه کردند. شایع‌ترین ادعاها اظهارات در مورد ارتقای سلامت قلب و عروق بود. این مطالعه همچنین تغییرات زیادی را در دوزهای روزانه EPA و DHA نشان داد، به طوری که ٪۹ از مکمل‌ها در میان ۱۸ مارک برجسته حاوی دوز روزانه ۲ گرم یا بیشتر از ترکیب EPA و DHA بودند. این مطالعه نشان داد که از هر ۵ نفر بالای ۶۰ سال، ۱ نفر مکمل‌های روغن ماهی برای سلامت قلب مصرف می‌کند. دکتر «آن ماری ناوار» یکی از نویسندگان این مقاله، گفت: «ممکن است بهتر باشد افراد روی مصرف سرویجات تازه، عضویت در باشگاه ورزشی یا مصرف داروی درمان فشار خون یا کلسترول تمرکز کنند.» ناوار گفت: «به عنوان یک متخصص قلب و عروق، به بیمارانم می‌گویم که اگر روغن ماهی مصرف می‌کنند تا از بیماری قلبی جلوگیری کنند، می‌توانند مصرف آن را متوقف کنند زیرا به آنها کمک نمی‌کند.»

ارتباط شب کاری با خطر از دست دادن حافظه

نیوبورک پست: متخصصان هشدار می‌دهند که کار کردن در طول شب، احتمال از دست دادن حافظه را افزایش می‌دهد. افرادی که در شیفت شب کار می‌کنند در مقایسه با افرادی که در طول روز مشغول کار هستند، بیشتر در معرض خطر از دست دادن حافظه قرار می‌گیرند. متخصصان دانشگاه «یورک» در کفادا دریافتند افرادی که در شیفت کاری خارج از محدوده ۹ صبح تا پنج بعدازظهر کار می‌کنند، بیشتر مستعد دچار شدن به اختلالات شناختی مانند ناتوانی در تفکر واضح، زوال مغز و تغییرات رفتاری هستند. این پژوهش بر مبنای داده‌های جمع‌آوری شده از ۲۷ هزار و ۸۱۱ بزرگسال صورت گرفت و طی آن، شرکت‌کنندگان اطلاعات مربوط به شغل و ساعات کاری خود را گزارش دادند. سپس متخصصان این داده‌ها را در کنار نتایج آزمون‌های عملکرد شناختی شرکت‌کنندگان تجزیه و تحلیل کردند. یافته‌های متخصصان از ارتباط احتمالی بین ساعات کاری و اختلال عملکرد شناختی خبر داد بنا به این پژوهش، کار شبانه به از دست دادن حافظه در افراد میانسال و مسن منجر می‌شود، زیرا افرادی که تا دیروقت کار می‌کنند، ۲۹ درصد بیشتر با اختلالات شناختی مواجه هستند. داده‌های شرکت‌کنندگان در این پژوهش نشان می‌دهد افرادی که به کار شبانه اشتغال داشتند، بیشتر به مشکلات حافظه دچار می‌شدند؛ در حالی که کسانی که ساعات کاری منظم‌تری داشتند، بیشتر با توانایی مدیریت افکار، احساسات و اعمال خودشان دست و پنجه نرم می‌کردند. بنابر گزارش ایدیپندنت، تقریبا یک نفر از هر پنج نفر [در جوامع امروزی] معادل ۲۱ درصد، در طول زندگی شغلی خود، احتمالا در شیفت‌های مختلف کار می‌کنند. هر سلول در بدن انسان، در اساس ساعتی شبانه‌روزی کار می‌کند. گونه‌ای ضربانگ درونی که اغلب بیش از ۲۴ ساعت طول می‌کشد. این ریتم هر روز با چرخه [طلوع و غروب] خورشید دوباره تنظیم می‌شود اما با بسیار اندک قرار گرفتن بدن در معرض نور خورشید مختل می‌شود. این مسئله، باعث می‌شود که افرادی که در شیفت‌های مختلف کار می‌کنند، رفت‌وآمد درونی بدن افراد، زمان بسیاری از عملکردهای مهم بدن را از جمله نحوه‌ی آن، چرخه خواب، فعالیت هورمونی، غذا خوردن و روند هضم آن را تغییر می‌کند. پژوهش‌های پیشین نشان داده است که برهم خوردن ضربانگ شبانه‌روزی بدن، افزایش خطر ابتلا به بسیاری از مشکلات سلامتی از جمله بیماری‌های مزمن، افسردگی، چاقی، دیابت، نوع ۲، مشکلات قلبی عروقی و اختلالات سردرد را در پی خواهد داشت.