info@payamdaily.ir

نخستین روزنامه صبح البرز

پیام آشنا

شماره ۲۴۸۴
چهارشنبه ۹/ مهر/ ۱۴۰۴
۸ / ربیع الثانی / ۱۴۴۷
01 / October / 2025

صاحب امتیاز: موسسه همگامان اندیشه زمان
مدیرمسئول: محمود حیدری سردبیر: یاهره حیدری
نشانی: کرج، بلوار تعاون، خیابان فرهنگ، جنب کانون کارشناسان رسمی دادگستری
تلفن: ۳۲۵۳۴۸۳۸-۳۲۵۳۴۴۴۳-۰۲۶ فکس: ۳۲۵۳۰۱۰۱
امتیاز در طرح ارزیابی کیفی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۶۷/۸۰
چاپ: کارگر

امروز با حافظ

چو منصور از مراد آنان که بـر دارند، بر دارند
بدین درگاه حافظ را چو می‌خوانند، می‌رانند
در این حضرت چو مشتاقان نیاز آرند، ناز آرند
کـه با ایـن ذرّه اگر دربند درمانند، در مانند

اندیشه

بهشت و کوثر از حرص و هوس لبریز می‌باشد به عقبا هم رسیدم جز همین دنیا نشد پیدا
بیدل دهلوی

اذان شرعی

اذان صبح	طلوع آفتاب	اذان ظهر	غروب آفتاب	اذان مغرب
۰۴:۳۸	۰۶:۰۱	۱۱:۵۵	۱۷:۴۸	۱۸:۰۶

برگه

باهوش‌هـا از همه چیز و همه کس می‌آموزند، انسان‌های معمولی از تجربیات خود، نادان‌ها هم جواب همه‌چیز را دارند...
سقراط

گزارش روز

داستان مردی که پشت تمام تصمیمات ترامپ است

راسل ووت کیست؟

راسل تی. وِوت، مدیر بودجه کاخ سفید، سال‌ها صرف طراحی طرح‌هایی برای گسترش قدرت رئیس‌جمهور و کوچک‌سازی بیروکراسی فدرال کرده است. اکنون او در حال نزدیک شدن به تحقق این رؤیاست. رؤیایی که به گفته منتقدان می‌تواند کنترل و توازن قدرت در آمریکا را از بین ببرد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از خبر فوری، بهار امسال، هنگام آماده‌سازی بودجه ۲۰۲۶، تیم او با شگفتی فهمید که تیم کاهش هزینه ایلان ماسک بدون هماهنگی، بخش‌هایی از بودجه را حذف کرده است. این مسئله باعث خشم ووت شد. او در جمع همکارانش گفت: «می‌گذارم DOGE (وزارتخانه‌ای به ریاست ماسک برای کارایی دولت) همه‌چیز را به هم بزند و بعد ما تکه‌ها را جمع می‌کنیم.» البته سخنگوی او این روایت را تکذیب کرد. ووت که پیش‌تر هم در دولت اول ترامپ، رئیس دفتر بودجه بود، پس از چهار سال «تبعید» در دوران بایدن، در یک ساختمان قدیمی نزدیک کنگره با سقفی پر از کبوتر، به همراه وفاداران ترامپ نقشه بازگشت را طراحی می‌کرد. او اشتباهات گذشته را مرور کرد و گام‌هایی برای تقویت قدرت ریاست‌جمهوری ریخت: امکان قطع هزینه‌ها، اخراج کارمندان، کنترل نهادهای مستقل و کاهش مقررات. ماسک که بیش از ۲۵۰ میلیون دلار برای انتخاب مجدد ترامپ خرج کرده بود، در ابتدا نفوذ بیشتری داشت اما ووت با سیر مزیت داشت: او سال‌ها تحقیق و برنامه‌ریزی کرده بود. حالا، پس از سقوط جایگاه ماسک، نزد ترامپ، ووت برنامه‌هایش را اجرا می‌کند؛ بازگرداندن قدرت‌های تضعیف‌شده پس از نیکسون و تبدیل ترامپ به پادشاه مطلق آمریکا!

تاکتیک‌های تهاجمی

نیویورک تایمز نوشت: «اکنون، همزمان با نزدیک‌شدن تعطیلی دولت (به‌دلیل نرسیدن به توافق بودجه)، ووت از آن بحران به‌عنوان فرصتی برای تهدید به اخراج گسترده کارمندان و تعطیلی آژانس‌ها استفاده می‌کند. او قبلاً موفق شد کنگره را مجبور کند ۹ میلیارد دلار بودجه کمک خارجی و رسانه عمومی را حذف کند؛ که متجر به پایان «شرکت پخش عمومی» شد. همچنین او با کمک جمهوری‌خواهان مجلس نمایندگان، قانونی برای کاهش هزینه‌های بهداشتی و کوپن‌های غذا پیش برد. در حوزه مقررات، ووت با افتخار گزارش داده که ۲۴۵ مقرره در حوزه محیط زیست، سلامت، حمل‌ونقل و ایمنی لغو شده است. او حتی بر نهادهایی مثل فدرال‌رزرو اعمال نفوذ کرده و دستور داده هر اقدامی پیش از اجرا به تأیید دفترش برسد. به‌عنوان رئیس موقت «دفتر حمایت مالی مصرف‌کنندگان»، «تقریباً تمام فعالیت‌های این نهاد را متوقف کرد و خواست ۹۰ درصد کارکنان را اخراج کند. هدف اصلی او، به گفته نزدیکانش، ایجاد یک نیرو حقوقی برسر قدرت کنگره در تخصیص بودجه است؛ نیروی که می‌تواند به رئیس‌جمهور اختیار وتوی مستقیم هزینه‌های مصوب کنگره را بدهد.

اقدام بعدی او، اجرای یک مانور بحران‌انگیز به نام «وتوی جیب» است: حذف ۴.۹ میلیارد دلار بودجه کمک خارجی بدون تأیید کنگره. طبق این روش، اگر کنگره تا پایان سال مالی مخالفت نکند، پول خرج نمی‌شود. ستاتور سوزان کالینز این اقدام را «غیرقانونی» دانسته اما تاکنون کنگره جلوی آن را نگرفته است.

معمار مورد علاقه جناح راست

برای رهبران جنبش «مگاه»، ووت همان «معمار متظم» است که شور این جریان را به سیاست عملی تبدیل کرده است. چارلی کرک، فعال راست‌گرا که بعدها ترور شد، او را «ستاره‌ای تمام‌عیار» خواند بود.

با این حال، متخصصان حقوقی هشدار می‌دهند که تلاش‌های او خطری برای بنیان‌های دموکراسی است. الویس پاسلاشوف، استاد حقوق دانشگاه جورج‌تاون، گفت: «قدرت اصلی کنگره بر دوش جمهوری از طریق بودجه است. اگر این کنترل از بین برود، دیگر هیچ ابزاری برای مهار رئیس‌جمهور باقی نمی‌ماند.» ولی ووت نگاه دیگری دارد. او بیروکراسی فدرال را «کارتلی پشت درهای بسته» می‌نامد که باید مهار شود.

به گفته او، «ما قدم به قدم مشغول تخریب دولت اداری هستیم؛ دقیقاً همان کاری که بتیان گنلران آمریکا می‌کردند.» او بارها نهادها را با القاب تند کوبیده است: وزارت آموزش را به «بیروکاگدای بیداری» متهم کرده، فدرال‌رزو را «شتیه‌کار دائمی»، وزارت خارجه و آژانس توسعه بین‌المللی را «هایه‌مرسازی» و سازمان مالیات را «ابزاری برای اذیت خانواده‌های فقیر» دانسته است. حتی گفته که می‌خواهد کارمندان دولت را «جر حالت شوک و ترس» نگه دارد تا سیستم نتواند دوباره خودش را بازسازی کند.

زندگی شخصی و مسیر سیاسی

ووت در خانواده‌ای مذهبی و طبقه کارگر در کلاکتیکات بزرگ شد. پدرش کچه‌ساز و برقکار اتحادیه بود و مادرش معلم مدرسه دولتی. او گفته خانواده‌اش به‌خاطر «دولت بزرگ» همیشه زیر فشار مالی بودند.

پس از تحصیل در کالج مذهبی «یوین» در ایالت‌یوت، وارد واشنگتن شد و برای ستاتور جمهوری‌خواه فیل گرام کار کرد. گرام او را «کارمند فوق‌العاده پرتلاش» توصیف کرده است. بعدها ووت در اوج جنبش «تی‌پارتی»، سیاست‌گذاری بودجه مجلس نمایندگان را بر عهده گرفت. او حتی مدتی قصد داشت به مدرسه الهیات برود و کشیش شود. اما در ۲۰۱۷ وارد دولت ترامپ شد. در همان زمان، او استدلال می‌کرد که رئیس‌جمهور می‌تواند جلوی هزینه‌های مصوب کنگره را بگیرد؛ رویکردی که در پرونده تعلیق کمک به اوکراین نقش داشت و به استیضاح ترامپ انجامید. در دولت بایدن، او اندیشکده‌ای به نام «مرکز احیای آمریکا» تأسیس کرد و بودجه سایه‌ای ۱۰۴ صفحه‌ای منتشر کرد که خواستار حذف کمک‌های خارجی، بهداشتی و تحقیقات علمی بود. او حتی در بحران سقف بدهی، نقش مهمی در برکناری کوین مک‌کارتی از ریاست مجلس داشت. استیو بنن او را «حرف شکاری» نامید که حاضر است بی‌امان به دشمنان حمله کند.

بازگشت به کاخ سفید

پس از پیروزی دوباره ترامپ، ووت خود را آماده نقشی بزرگ‌تر کرد: استفاده از دفتر بودجه برای رام‌کردن دولت فدرال. او در پروژه «۲۰۲۵» بتیاد هریتیج نقش کلیدی داشت و دستورهای اجرایی احتمالی برای ترامپ نوشت. اما در ابتدا، ورود ماسک به واشنگتن باعث تنش شد. ووت با برخی اقدامات شتاب‌زده DOGE (مثل اجبار کارمندان به گزارش هفتگی با انحلال برخی دفاتر آموزشی) مخالف بود؛ چون به نظرش قانونی نبود یا مانع اجرای درست برنامه‌های ایدئولوژیک می‌شد. پس از کنارگرفتن ماسک، ووت فرصت بیشتری یافت. او و جمع‌وجور برای دانشجوها طراحی نکنیم؟ اما وقتی دقیق‌تر نگاه کردیم، متوجه شدیم که مشکل اصلی شلوغی و بی‌نظمی کفش‌هایت، بلکه بوی بد مداوم آن‌هاست.»

او ادامه داد: «هستله نبود جا یا کمبود جاکفشی نبود؛ فضای کافی وجود داشت. مشکل عرق زیاد پاها و استفاده مداوم از کفش‌ها بود که باعث ایجاد این بوی بد می‌شد.» در ادامه آن‌ها با طرح سؤال‌هایی، یک نظرسنجی را در خوابگاه‌ها انجام دادند. وقتی کتی‌هایتان بو می‌دهند، تجربه کلی شما در استفاده از جاکفش خراب می‌شود؟

نتایج نظرسنجی از ۱۴۹ دانشجو که ۸۰ درصدشان پسر بودند، بدین ترتیب بود:

بیش از نیمی از دانشجویان به خاطر بوی کفش‌های خودشان یا دیگران خجالت‌زده شده بودند.

تقریباً همه آن‌ها در خانه‌هایشان از جاکفش استفاده می‌کردند.

تقریباً هیچیک از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی از محصولات ضد بوی موجود در بازار اطلاعی نداشت.

تردفته‌های خانگی مثل گذاشتن چای کیسه‌ای، پاشیدن جوش‌شیرین یا اسپری دئودورانت هم کارساز نبودند.

از بو تا باکتری

دو پژوهشگر در ادامه به سراغ بُعد علمی ماجرا رفتند. مقصر اصلی، باکتری‌ای به نام Kytococcus sedentarius است که در کف‌های عرق کرده رشد می‌کند. در آزمایش‌ها مشخص شد که یک تابش کوتاه نور فرابنفش (UVC/C) می‌تواند با از بین بردن باکتری‌ها بوی بد کفش‌ها را رامحو کند.

در مقاله منتشرشده از سوی این پژوهشگران می‌خوانیم: «در هفته تقریباً در هر خانه‌ای، یک جاکفشی وجود دارد و ساخت یک جاکفشی که کفش‌ها را بدون بو نگه دارد، تجربه عالی‌خاص و متفاوتی خواهد بود.» یعنی آن‌ها کفش‌های بدبو را به فرصتی برای بازطراحی جاکفشی سنتی تبدیل کردند.

نتیجه تحقیقات جیزی فراتر از یک مقاله ساده بود: نمونه اولیه جاکفشی مجهز به لامپ UVC ساخته شد که علاوه بر آنکه می‌شد کفش‌ها را در آن قرار داد، بلکه آن‌ها را ضدعفونی نیز می‌کرد.

برای آزمایش این جاکفشی مدرن، کفش‌های ورزشکاران دانشگاه به‌شدت بو می‌دادند در داخل جاکفشی قرار داده شدند و از آنجاکه بیشترین تجمع باکتری نزدیک پنجه کفش است، نور UVC روی همان قسمت از کفش‌ها متمرکز شد. در ابتدا بوی کفش‌ها شدید تند و شبیه پنیر قالب‌دار توصیف شد؛ بعد از ۴ دقیقه، بو خیلی کم و شبیه بوی لاستیک سوخته ملایم شد و بعد از ۴ دقیقه، بوی بد کفش‌ها کاملاً از بین رفت و فقط بوی متوسط لاستیک باقی ماند. بعد از ۶ دقیقه، کفش‌ها کاملاً بی‌بو و خنک بودند؛ اما اگر مدت تابش بیش از حد می‌شد (بین ۱۰-۱۵ دقیقه)، بوی «لاستیک سوخته شدید» حس می‌شد و کفش‌ها داغ می‌کردند.

نتیجه‌ای که این محققان به آن دست یافتند این بود که زمان بتدی در علم حرف اول را می‌زند.

پیشنهاد ساخت جاکفشی UVC در همین مرحله متوقف شد؛ تا این که تیم اهدا کننده جایزه بین‌المللی ایگ نوبل به سراغ این پژوهشگران هندی رفت. این جایزه هرساله به ۱۰ پژوهش که هدفشان «خنداندن و سپس واداشتن افراد به فکر» است، اهدا می‌شود.

کومار دراین‌پاره گفت: «اصلاً خبر نداشتیم که چنین جایزه‌ای وجود دارد. مقاله ما مربوط به سال ۲۰۲۲ میلادی بود و آن را برای هیچ جا نفرستاده بودیم. خوب تیم ایگ نوبل ما را پیدا کرد و یا ما تماس گرفت. همین خوش هم آدم‌را می‌خنداند و هم به فکر وامی‌دارد این جایزه به معنای تأیید علمی نیست، بلکه برای جشن گرفتن بخش بامزه علم است. خیلی از تحقیقات، کارهای علمی بی‌پاداش هستند که از روی عشق انجام می‌شوند و اهدای این جایزه راهی برای شناساندن آن هاست.»

پایان ماجرا یا آغاز راه؟

این جایزه برای این پژوهشگران هندی، فقط یک افتخار نبود بلکه بار مسئولیت روی دوش آن‌ها را سنگین کرده است. کومار دراین‌پاره گفت: «فراتر از شناخته شدن، حالا بار بزرگی روی دوش ما قرار داده‌شده است؛ باید درباره مسائلی تحقیق کنیم که دیگران به آن فکر نمی‌کنند. باید بیشتر سؤال بپرسیم.»

بدین ترتیب می‌توان این گونه گفت که کتانی‌های بدبوی امروز می‌توانند الهام‌بخش علم فردا باشند.

دیدگاه

شکاف نسلی یا واورونگی اجتماعی؟

شکاف نسلی یک واقعیت گریزناپذیر در جوامع مدرن است اما آنچه تعیین‌کننده خواهد بود، شیوه مواجهه ما با آن است. اگر نسل‌ها در فضایی امن و محترمانه بتوانند یکدیگر را بشنوند، تفاوت‌ها به جای تهدید، به فرصتی برای یادگیری متقابل و هم‌افزایی بدل می‌شود

به گزارش پیام آشنا به نقل از اعتماد، یکی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی جوامع معاصر، مساله تعارض و شکاف نسلی است. بدیهی که گرچه در همه جوامع بشری وجود دارد، اما در کشورهایی که درگیر تحولات سریع سیاسی، اقتصادی و فرهنگی بوده‌اند، پیچیدگی بیشتری یافته است.

در ایران، تحولات پرشتاب چهار دهه اخیر باعث شد نسل‌های مختلف با تجربه‌های زیسته و افق‌های ذهنی کاملاً متفاوتی رشد کنند. نسل انقلاب و جنگ در فضایی شکل گرفت که ارزش‌های مسلط آن ایثار، مقاومت، سلحدوستی و تعلق خاطر به جمع بود. در مقابل، نسل‌های بعدی که دوران اصلاحات، توسعه اقتصادی و سپس جهانی شدن و دیجیتالیزه شدن را تجربه کرده‌اند، با خواسته‌ها، سبک‌های زندگی و نگرش‌های متفاوتی وارد صحنه شده‌اند. به همین دلیل، گسستی میان ارزش‌های سنتی و باورهای نسل‌های قدیمی با نیازها و خواسته‌های نسل جدیدتر داده است. گسستی که اگر مدیریت نشود، می‌تواند به بحران‌های اجتماعی جدی‌تر منجر شود و تعارض نسلی خود را در عرصه‌های گوناگون نشان می‌دهد.

در سبک زندگی، از نوع پوشش و موسیقی گرفته تا الگوهای مصرف و نحوه گذران اوقات فراغت، فاصله آشکاری میان نسل‌ها دیده می‌شود. در حوزه ارزش‌ها و باورها نیز، نسل‌های قدیمی‌تر دیندارتر و سنت‌ها را ستون هویت اجتماعی می‌دانند، حال آنکه نسل جوان بیشتر به فردیت، آزادی انتخاب و تجربه زیسته شخصی اهمیت می‌دهد.

در عرصه مشارکت سیاسی نیز شکاف به خوبی قابل مشاهده است. نسل‌های گذشته سیاست را میدان اصلی کنشگری می‌دانستند و حضور در انتخابات و احزاب را تکلیف اجتماعی می‌پنداشتند. اما نسل جدید اعتماد کمتری به سیاست رسمی دارد و بیشتر در قالب‌های غیررسمی، مدنی و فضای مجازی هویت سیاسی خود را بروز می‌دهد.

پیامدهای این شکاف اگر جدی گرفته نشود، بسیار گسترده خواهد بود. بی‌اعتمادی میان نسل‌ها کاهش سرمایه اجتماعی، ازدیاد جوانان مهاجرت نخبگان و حتی بروز اعتراضات پراکنده و بی‌سازمان از جمله نتایج گسترش این تعارض است. هر چه فاصله بیشتر شود، زمینه گفت‌وگو و درک متقابل کمتر می‌شود و این امر به تضعیف خانواده، سست شدن پیوندهای اجتماعی و کاهش انسجام ملی می‌انجامد. از این‌رو، شکاف نسلی نه مساله‌ای حاشیه‌ای یک موضوعی اساسی در سیاست‌گذاری عمومی و آینده‌پژوهی اجتماعی کشور به شمار می‌رود. با این حال، تعارض نسلی می‌تواند فرصتی برای پویایی اجتماعی نیز باشد، به شرط آنکه به جای نادیده گرفتن، زمینه گفت‌وگوی میان‌نسلی فراهم شود. نظام آموزشی باید بستری برای پیوند میان تاریخ و ارزش‌های گذشته با نیازها و توقعات‌های امروز ایجاد کند تا نسل جدید ضمن شناخت ریشه‌های هویتی خود، بتواند با مقتضیات جهان معاصر نیز سازگار شود. خانواده‌ها نیز باید از تحمیل سبک زندگی و ارزش‌های خود پرهیز کرده و شنونده فعال دغدغه‌های فرزندان باشند.

رسانه‌ها می‌توانند با پرهیز از بازنمایی کلیشه‌ای از جوانان، تصویری واقعی و امیدبخش از آن‌ها ارائه بدهند. همچنین سیاست‌گذاری فرهنگی و اجتماعی باید به گونه‌ای باشد که فضاهای آزاد و امن برای گفت‌وگو و تعامل نسل‌ها فراهم آید؛ چراکه تنها از رهگذر این گفت‌وگو است که می‌توان فاصله‌ها را به فرصتی برای خلاقیت و نوآوری تبدیل کرد.

درنهایت باید گفت شکاف نسلی یک واقعیت گریزناپذیر در جوامع مدرن است. اما آنچه تعیین‌کننده خواهد بود، شیوه مواجهه ما با آن است. اگر نسل‌ها در فضایی امن و محترمانه با آن‌ها گفت‌وگو و تعامل نسل‌ها فراهم آید؛ چراکه تنها از رهگذر این گفت‌وگو است که می‌توان فاصله‌ها را به فرصتی برای خلاقیت و نوآوری تبدیل کرد.

برش

از عرفات تا مدونا؛ چفیه چطور جهان را تسخیر کرد؟

هر لباسی سیاسی است. اما تعداد کمی از آنها به اندازه روسری سنتی فلسطینیان لایه‌های معنایی دارند؛ از عرفات تا مدونا و از حومه غزه تا اعتراضات غربی. این داستان آنهاست.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دیوریان، آو زوغبی، زن فلسطینی ۴۰ ساله اهل بیت‌لحم و سوزن‌دوز سنتی، می‌گوید در خانواده‌اش همیشه چفیه وجود داشته است: برای او این شال سیاه و سفید بیش از یک لباس نشانه غرور و تعلق بود. او بعدها تصمیم گرفت این هنر را با سوزن‌دوزی حفظ کند. زوغبی توضیح می‌دهد که نقوش هندسی چفیه هرکدام معنای خاصی دارند: خطوط مورب نماد مبارزه و آزادی، و مربع‌ها نشانه زمین‌های کشاورزی یا تپه‌های شنی.

از کار روزانه تا مقاومت

چفیه در ابتدا پوششی عملی برای کشاورزان بود تا از آفتاب و گرد و غبار در امان بمانند. اما در جریان «قیام بزرگ عربی» در سال ۱۹۳۶ علیه استعمار بریتانیا و پروژه صهیونیستی، به ابزاری سیاسی تبدیل شد. طبق گفته دانلله فونسک پژوهشگر فرهنگ عربی، چفیه کمک می‌کرد قیام‌کنندگان چهره خود را بپوشانند و هویتشان پنهان بماند؛ به‌تدریج چفیه‌گزین کلاه «طربوش» طبقات بالای جامعه شد و به نماد مقاومت بدل گشت.

نمادهای سیاسی و جهانی

مرحله مهم دیگر در سال ۱۹۷۴ بود. هنگامی که یاسر عرفات در سازمان ملل با چفیه‌ای بر سر حاضر شد و سخنرانی تاریخی‌اش را با نماد زیتون و تفنگ بیان کرد، او چفیه را طوری روی سر می‌گذاشت که یادآور نقشه فلسطین تاریخی باشد. این تصویر در سراسر جهان منتشر شد و رهبران دیگری چون نلسون ماندلا و فیدل کاسترو نیز چفیه به تن کردند. اما زنان هم نقش داشتند: لیلا خالد در سال ۱۹۶۹ با عکس‌هایش در حال ربودن هواپیما و چفیه بر گردن، به نماد تبدیل شد و نشان داد این پوشش فقط مختص مردان نیست. همچنین دلال مغربی از دیگر زنان مبارز بود که چفیه را به عنوان سمبل مقاومت زنانه تثبیت کرد.

ورود به فرهنگ غربی

در غرب، چفیه کم‌کم به مد روز بدل شد. در ۱۹۸۲ مدونا در یکی از نخستین جلسات عکاسی‌اش در نیویورک چفیه بر تن داشت. با جهانی‌شدن مد در دهه ۲۰۰۰، برندهایی چون بالنسیاگا این شال را بازطراحی کرده و در شوی مد ۲۰۰۷ عرضه کردند. حتی برخی نسخه‌ها امروزه با قیمت هزاران یورو فروخته می‌شوند. ستاره‌هایی چون مری کیت اولسن، کاهرون دیاز، جاستین تیمبرلیک و دیوید بکهام نیز آن را پوشیده‌اند. اما این محبوبیت با جنجال هم همراه شد: فروشگاه Urban Outfitters چفیه را به عنوان «شال ضدجنگ» عرضه کرد تا اینکه تحت فشار مجبور به توقف شد. در ۲۰۰۹، شرکت Dunkin Donuts تبلیغی با مجری مشهور ریچل ری را حذف کرد، زیرا او چفیه پوشیده بود و برخی رسانه‌های محافظه‌کار آن را نماد تروریسم خواندند. در مقابل، گروه‌های هیپ‌هاپ آمریکایی آن را نشانه اعتراض اجتماعی و همبستگی با فلسطین استفاده کردند.

نماد معاصر مقاومت

در شرایط کنونی، چفیه دچار نقش اولیه خود را بازی می‌کند: در اروپا، جایی که در برخی کشورها متل آلمان ممنوع شده، همچنان در اعتراضات طرفداران فلسطین برای پوشاندن صورت و بیان همبستگی به کار می‌رود. همان‌گونه که در دوران استعمار بریتانیا یا انتفاضه ۱۹۸۷ استفاده می‌شد. فونسک می‌گوید: «برای فلسطینی‌ها چفیه نماد هویت است؛ و برای دیگران نشانه‌ای برای اعلام حمایت از آزادی فلسطین و پایان نسل‌کشی در غزه».

بین مد، سیاست و مقاومت

چفیه هر بار که به مد روز بدل شد، در ۱۹۸۲ مدونا در یکی از نخستین جلسات عکاسی‌اش در نیویورک چفیه بر تن داشت، یا جهانی‌شدن مد در دهه ۲۰۰۰، برندهایی چون بالنسیاگا این شال را بازطراحی کرده و در شوی مد ۲۰۰۷ عرضه کردند. حتی برخی نسخه‌ها امروزه با قیمت هزاران یورو فروخته می‌شوند. ستاره‌هایی چون مری کیت اولسن، کاهرون دیاز، جاستین تیمبرلیک و دیوید بکهام نیز آن را پوشیده‌اند. اما این محبوبیت با جنجال هم همراه شد: فروشگاه Urban Outfitters چفیه را به عنوان «شال ضدجنگ» عرضه کرد تا اینکه تحت فشار مجبور به توقف شد. در ۲۰۰۹، شرکت Dunkin Donuts تبلیغی با مجری مشهور ریچل ری را حذف کرد، زیرا او چفیه پوشیده بود و برخی رسانه‌های محافظه‌کار آن را نماد تروریسم خواندند. در مقابل، گروه‌های هیپ‌هاپ آمریکایی آن را نشانه اعتراض اجتماعی و همبستگی با فلسطین استفاده کردند.

نماد معاصر مقاومت

فونسک توضیح می‌دهد که چفیه امروز میان دو بُعد متناقض قرار گرفته: از یک سو بار سنگین سیاسی و نماد مقاومت دارد، از سوی دیگر توسط بازار سرمایه‌داری و برندهای مد جهانی «مصادره» شده است. او تأکید می‌کند که حتی اسرائیل نیز تلاش کرده آن را تصاحب کند. به باور کارخانه هربلوی، استفاده از چفیه زمانی قابل احترام است که آگاهانه و در حمایت از فلسطین باشد و ترجیحاً محصول فلسطین یا کشورهای همسایه باشد، نه نسخه‌های تولید انبوهی بی‌ارتباط.

نماد معاصر مقاومت

در شرایط کنونی، چفیه دچار نقش اولیه خود را بازی می‌کند: در اروپا، جایی که در برخی کشورها متل آلمان ممنوع شده، همچنان در اعتراضات طرفداران فلسطین برای پوشاندن صورت و بیان همبستگی به کار می‌رود. همان‌گونه که در دوران استعمار بریتانیا یا انتفاضه ۱۹۸۷ استفاده می‌شد. فونسک می‌گوید: «برای فلسطینی‌ها چفیه نماد هویت است؛ و برای دیگران نشانه‌ای برای اعلام حمایت از آزادی فلسطین و پایان نسل‌کشی در غزه».

مکث

چند درصد از ایرانیان تاکنون از اینترنت استفاده نکرده‌اند؟

در سرزمینی که تاریخ و فرهنگش در تار و پود مردم تنیده شده، ایران امروز با چالش‌های اجتماعی و اقتصادی دست و پنجه نرم می‌کند که بخشی از آن به دسترسی به اینترنت، این ابزار حیاتی قرن بیست و یکم، گره خورده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از تابناک، تا ژوئیه ۲۰۲۵، حدود ۹۲ میلیون نفر در این کشور زندگی می‌کنند. اما ۱۸۸ میلیون نفر از آن‌ها، یعنی بیش از یک پنجم جمعیت، هیچ‌گاه طعم گشت‌وگذار در دنیای دیجیتال را نچشیده‌اند.

این رقم، که از گزارش جامع ۲۰۲۵ Digital از DataRe portal استخراج شده، حکایتی از شکاف دیجیتال در کشوری است که در عین پیشرفت‌های چشمگیر، هنوز با نابرابری‌های ساختاری دست به گریبان است. این داستان، علاوه بر داستان فیلترینگ، روایت مردمی است که در سایه فناوری‌های مدرن، همچنان در حاشیه باقی مانده‌اند. البته از زاویه‌ای دیگر شاید زندگی راحت‌تری نیز دارند!

مفهوم ناشناخته

تصور کنید در روستایی دورافتاده در سیستان و بلوچستان، خانواده‌ای با چند فرزند کوچک، زیر آسمانی پرستاره کنار چراغ نفتی نشسته‌اند. اینجا اینترنت نه تنها گاه‌وگاهی دور از دسترس، بلکه مفهومی غریب است. در حالی که در تهران، جوانان در کافه‌ها با گوشی‌های هوشمندشان به شبکه‌های اجتماعی متصل‌اند و از آخرین ترندهای جهانی حرف می‌زنند، در این روستا حتی یک سیگنال ضعیف ۲G هم به سختی یافت می‌شود.

گزارش‌ها نشان می‌دهد که ۲۷ درصد جمعیت ایران در مناطق روستایی زندگی می‌کنند و کمتر از ۶۰ درصد آن‌ها به اینترنت دسترسی دارند. این شکاف جغرافیایی، که بیش از ۵۵ هزار روستا را در بر می‌گیرد، داستانی از نابرابری است که ریشه در زیرساخت‌های ناکافی دارد.

هزینه‌های بالا

اما ماجرا فقط به جغرافیا محدود نمی‌شود. در شهرهای کوچک و حتی حاشیه‌های کلان‌شهرها، هزینه‌های سرسام‌آور اینترنت، معافی بزرگ است. با تورمی که پیش‌بینی می‌شود در سال ۱۴۰۴ به ۳۳.۹ درصد برسد، یک گیگابایت اینترنت موبایل برای بسیاری از خانواده‌های کم‌درآمد، هزینه‌ای معادل چند وعده غذاست. گزارش Freedom House در سال ۲۰۲۴ نشان می‌دهد که درآمد سرانه ۱۸,۱۲۰ دلاری ایران با این هزینه‌ها همخوانی ندارد. خانواده‌ای که برای خرید نان مسئله دارد، چگونه می‌تواند بودجه‌ای برای اتصال به دنیای دیجیتال کنار بگذارد؟ اینجاست که فقر نه تنها جیب‌ها، بلکه ذهن‌ها را هم از فرصت‌های دیجیتال محروم می‌کند.

سن و سال

سن و سال هم در این داستان نقش بازی می‌کند. در میان افراد بالای ۵۰ سال، که حدود یک‌چهارم جمعیت را تشکیل می‌دهند، کمتر از نیمی به اینترنت دسترسی دارند. زنان روستایی، با نرخ استفاده ۱۸.۱ درصد، حتی از این میانگین عقب‌ترند. تصور کنید مادربزرگی در یک شهر کوچک که داستان‌های کهن را برای نوه‌هایش تعریف می‌کند اما هیچ‌گاه با یک تماس ویدیویی، چهره نوه‌ای خود را ندیده است.

سواد دیجیتال، که برای نسل جوان بدیهی به نظر می‌رسد، برای این گروه سنی، دنیایی ناشناخته است. گزارش مرکز افکارسنجی ملت در بهمن ۱۴۰۳ نشان می‌دهد ۱۴.۶ درصد کل شهروندان ایران هیچ‌گاه از اینترنت استفاده نکرده‌اند و این رقم در میان سالمندان و کم‌سوادان به مراتب بالاتر است.

محدودیت‌های فنی

محدودیت‌های فنی و سیاسی هم سایه‌ای سنگین بر این ماجرا انداخته‌اند. اختلالات اینترنتی ماندگار، قطعی‌های پژوش ۲۰۲۵، اگرچه بیشتر کاربران موجود را آزار می‌دهد، اما برای کسانی که در آستانه اتصال‌اند، یأس‌آفرین‌کننده است. این دنیا برای شما نیست.

پیشرو در خاورمیانه

با این حال، داستان تنها از محرومیت‌ها یاد نیست. ایران با ضریب نفوذ ۷۹.۶ درصدی اینترنت، در خاورمیانه پیشروست. در مقایسه با سال ۲۰۲۳، که ۱۹ میلیون نفر آنلاین بودند، امروز ۷۲۱ هزار نفر به دنیای دیجیتال پیوسته‌اند. گسترش شبکه 5G، که تا ۲۰۲۵ به ۳ درصد پوشش رسیده، و پروژه‌های فیبر نوری، نوید آینده‌ای روشن‌تر می‌دهند. پیش‌بینی‌ها از Statista حکایت از آن دارد که تا سال ۲۰۲۶، نفوذ اینترنت به ۸۹.۸ درصد خواهد رسید. اگر سرمایه‌گذاری ادامه یابد.

این ۱۸۸ میلیون نفر، که از آموزش آنلاین، خدمات بانکی دیجیتال و فرصت‌های شغلی محروم‌اند، نه تنها بخشی از جمعیت، بلکه بخشی از آینده ایران‌اند. محرومیت آن‌ها، به تشدید نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی منجر شده و ایران را، با وجود رتبه ۷۵ در شاخص توسعه انسانی سازمان ملل، از پتانسیل واقعی‌اش دور نگه داشته است. اما در دل این چالش، فرصت‌هایی نهفته است. برنامه‌های سواد دیجیتال برای سالمندان، یارانه برای اینترنت کم‌درآمدها و گسترش زیرساخت‌های روستایی می‌توانند این شکاف را پر کنند. داستان ایران آنلاین، روایتی از چالش است، اما پایان آن می‌تواند با اتصال و امید نوشته شود.

اشاره

کفش‌های بدبویی که نوبل گرفتند!

تقریباً در هر خانه‌ای یک یا چند جفت کفش پیدا می‌شود که بوی خیلی بدی می‌دهند. حالا تصور کنید که این مشکل در ابعاد بزرگ‌تری رقم بخورد؛ وقتی که همه کفش‌ها روی یک جاکفشی چیده می‌شوند، یک مشکل بزرگ خنثی پیش رو خواهد بود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از خبرآنلاین، دو پژوهشگر هندی در مواجهه با چنین مشکلی به این نتیجه رسیدند که این موضوع فقط مربوط به بوی بد نیست، بلکه پای علم هم در میان است. آن‌ها به بررسی این موضوع پرداختند که چطور کفش‌های بدبو تجربه استفاده از جاکفشی را تغییر می‌دهند. همین ایده غیرمعمول، درنهایت منجر شد تا این پژوهشگران جایزه ایگ نوبل را مال خود کنند؛ جایزه‌ای که هر ساله به تحقیقات علمی عجیب اما خلاقانه اهدا می‌شود.

مطالعه درباره کفش‌های بدبو از کجا شروع شد؟

ویکاش کومار ۴۲ ساله، استادیار طراحی دانشگاه نادار در نزدیکی دهلی، استاد سابق سارتاک میتال ۲۹ ساله بود. ایده مطالعه درباره کفش‌های بدبو برای اولین بار در همین دانشگاه به ذهن این دو رسید. میتال در این رابطه توضیح داد: «راهروهای خوابگاه اغلب پر از کفش‌هایی بود که بیرون اتاق‌های دونفره رها شده بودند. اول با خودم فکر کردم که چرا یک جاکفشی شیک و جمع‌وجور برای دانشجوها طراحی نکنیم؟ اما وقتی دقیق‌تر نگاه کردیم، متوجه شدیم که مشکل اصلی شلوغی و بی‌نظمی کفش‌هایت، بلکه بوی بد مداوم آن‌هاست.»

او ادامه داد: «هستله نبود جا یا کمبود جاکفشی نبود؛ فضای کافی وجود داشت. مشکل عرق زیاد پاها و استفاده مداوم از کفش‌ها بود که باعث ایجاد این بوی بد می‌شد.» در ادامه آن‌ها با طرح سؤال‌هایی، یک نظرسنجی را در خوابگاه‌ها انجام دادند. وقتی کتی‌هایتان بو می‌دهند، تجربه کلی شما در استفاده از جاکفشی خراب می‌شود؟

نتایج نظرسنجی از ۱۴۹ دانشجو که ۸۰ درصدشان پسر بودند، بدین ترتیب بود:

بیش از نیمی از دانشجویان به خاطر بوی کفش‌های خودشان یا دیگران خجالت‌زده شده بودند.

تقریباً همه آن‌ها در خانه‌هایشان از جاکفشی استفاده می‌کردند.

تقریباً هیچیک از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی از محصولات ضد بوی موجود در بازار اطلاعی نداشت.

تردفته‌های خانگی مثل گذاشتن چای کیسه‌ای، پاشیدن جوش‌شیر