

ایران

صاحب امتیاز: خیرگزاری جمهوری اسلامی
مدیرمسئول: مهدی شفیعی
سردبیر: جواد دلیری

آذان ظهر ۱۳/۰۷ | آذان مغرب ۱۹/۴۷ | نیمه شب شرعی ۰۰/۲۴ | آذان صبح فردا ۵/۱۹ | طلوع آفتاب فردا ۶/۴۵

امام‌علی(ع):مبادا دشمنان خدا را دوست بداری یا دوستی خود را برای غیر دوستان خدا خالص گردانی، زیرا هرکسی گروهی را که دوست دارد، با آنان محشور می‌گردد.

سخن روز

غزل‌الحکم حدیث ۲۷۰۳

نگاره

احسان نوری نجفی



#کرونا

روز گذشته با بازگشت مردم از سفر خبرهای جدیدی از آمار کرونا و افزایش بستری شدن بیماران به گوش می‌رسد، آماری که نگران کننده است.
خصوصاً افرادی که سفر رفته‌اند به محل کار خود می‌روند و برای همین از وسایل رفت وآمد عمومی استفاده می‌کنند:
«سختگوی ستاد مقابله با کرونا: خیز بلند کرونا در ایران، اکنون ۲۷ شهرقرمز، ۱۲۶ شهرنارنجی، ۲۴۷ شهر زرد و فقط ۱۴ شهر آبی است. ۱۵ هزارکرونا مثبت درنوروز نقض قرنطینه کردند که به ازای هرروز ۲۰۰ هزارنومان جرمیمه می‌شوند. کسانی که سفر رفتند تا ۵ روز نباید رفت وآمد داشته باشند.»
«در شهرهای نارنجی و قرمز، اصل بر این است که برگزاری مراسم محدود شود و به نوعی ترجیحاً در فضای باز صورت بگیرد. قرار شد برای برگزاری مراسم در این شهرها (نارنجی و قرمز) در شب‌های قدر، تدابیری پیش‌بینی شود»، «دکتر مریم کوشکی معاون بهداشت و دبیر ستاد مبارزه با کرونا دانشگاه علوم پزشکی لرستان آخرین آمار ابتلا به کرونا در لرستان را اعلام کرد: تست کرونا ی مثبت:۷۷۸۳۹ جانباختگان: ۱۳۹۵»، «یا کرونا با این جماعت رفیق است و به حرف شان گوش می‌کند یا مشکل شان فقط با سیزده بدر بوده که پارک‌ها را بستند!
چطور می‌شود نشستن مردم در فضای باز را ممنوع و اعمال جرمیمه کنید اما چپیدن آنها کنار هم در یک واگن را آزاد بگذارید؟!
عکس مربوط به وضعیت مترو شنبه ۱۴ فروردین‌ماه است»، «کل خانواده پدری‌ام، از صغیر و کبیر کرونا گرفتن! همشون تشریف برده بودن ناهار خونه پسرعمه‌ام! خدا بخیر بگذرونه حالا هی بگید دورهمی خانوادگی که

گاندو ۲

بازهم سریال گاندو حاشیه ساز شد. این سریال اولین بار

ماجرا

جیسون رضاییان از شبکه سوم پخش شد. فصل دوم سریال با تمام انتقاداتی که به سری اول آن شد همزمان با نوروز ۱۴۰۰ آغاز شد. این‌بار این سریال که از محصولات مؤسسه فرهنگی هنری اندیشه شهید آوینی است ایام مذاکرات هسته‌ای ایران با ۵+۱ را نشانه رفته است. اما این بار بحث مورد نظر با پخش شامگاهی قسمت سیزدهم این مجموعه همراه شد که در میانه پخش به‌دلیل بخش تبلیغات بازرگانی متوقف شد. طولانی شدن این زمان باعث شد که برخی مدعی شوند که این امر به‌دلیل فشار گسترده به صداوسیما بوده است. شامگاه جمعه قسمت سیزدهم این مجموعه در میانه پخش، برای مدتی بیشتر از زمان معمول پخش تبلیغات بازرگانی متوقف شد؛ برخی رسانه‌ها مدعی شدند که علت این توقف در پخش، فشارهای گسترده به صداوسیما بوده است و برخی رسانه‌ها از توقف پخش این مجموعه تلویزیونی و از سرگیری آن پس از پایان انتخابات ریاست جمهوری خبر دادند.

این موضوع باعث شد که حسام‌الدین آشنا، مشاور رئیس‌جمهوری در حساب کاربری خود در توییتر

تلفن: ۰۸۸۷۶۱۷۴۰۰
نمابر: ۰۸۸۷۶۱۲۴۵
ارتباط مردمی: ۰۸۸۷۶۹۰۷۵

پيامک: ۰۰۰۰۴۵۱۲۱۳
روابط عمومی / نشانی: تهران خیابان خرمشهر،شماره ۲۰۸

مصدوق پستی: ۰۳۳۸-۵۳۸۷۵ / امور مشترکین: ۰۸۸۷۴۸۸۰۰

چاپ: شرکت چاپ جام‌چم / سازمان چاپ و انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی/ چاپخانه جام‌چم برتر برنا

سازمان آگهی‌های روزنامه ایران: دارنده گواهینامه ایزو ۹۰۰۱ از شرکت NISCERT

تهران خیابان خرمشهر شماره ۱۶ | پذیرش سازمان آگهی‌ها: ۱۸۷۷ (۰۲۱)

انتشارات مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران: ۵-۸۸۵۴۸۸۹۲

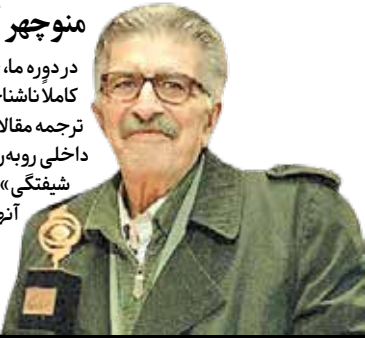
http://irannewsaper.ir

منوچهر آتشی: شاعران با شتاب به پدیده‌های تازه روی می‌آورند

در دوره ما، چون دگرگونی‌ها با شتاب انجام می‌گیرند، شاعران ما هم با شتاب به پدیده‌های تازه و رویکردهای کاملاً ناشناخته، روی می‌آورند. مشکل این است که «این دوستان»، خصوصاً کسانی که با گزاره‌های نو و تازه، ترجمه مقالات کم و نا‌رسای تازه، درباره مثلا «تحله اندیشه و تفکرات پست مدرنیسم» یا «نظریه پردازی»‌های داخلی رویه‌رو می‌شوند، فوراً شیفته تاژگی و غرابت این نظریه‌ها یا گزاره‌ها می‌گردند و در فرایند و یک پروسه «خود شیفتگی» به نوشتن «شعر»‌هایی روی می‌آورند که از دیدگاه‌شان کاملاً تازه و متفاوت با شعر «پیش» از «خود» آنهاست؛ که فوراً «علم‌دار» یک «نهضت» تازه می‌شوند! در حالی که نهضتی در کار نیست.

بخشی از سخنان زنده‌یاد «منوچهر آتشی»

۱۶ سال پس از درگذشتش که در ایستنا منتشر شده است.



استقبال نوروزی مردم از کتابفروشی‌ها



گذشته داشته‌ایم، شاید از نظر تعداد نسخه کتاب‌های فروخته‌شده با کاهش تقریبی ۱۵ درصدی روبه‌رو شده باشیم که البته با توجه به شرایط اقتصادی و محدودیت‌های کرونا یی اتفاق دور از انتظاری نیست اما از لحاظ ریالی افزایش ۵ تا ۱۰ درصدی هم داشته‌ایم که بخشی از آن به سبب افزایش گریزنایدی‌ر قیمت‌ها است. ناشران طی اسفندماه اغلب فروش خوبی به کتابفروشی‌ها برای عرضه نوروزی آثار داشته‌اند؛ آن‌طور هم که دیگر دوستان کتابفروش می‌گویند مردم هم استقبال خوبی کرده‌اند. حالا که تعطیلات به پایان رسیده دوباره تویع‌کنندگان و ناشران دست به کار می‌شوند و به تبع همین موضوع کتابفروشان هم فعالیت خود را از سر می‌گیرند. حالا ما اهالی نشر امیدواریم در سال جاری، سال ۱۴۰۰ با فراهم شدن امکان تزریق واکنس برای عموم مردم و کم‌رنگ شدن اثرات سوء محدودیت‌های کرونا یی، نشر و دیگر حوزه‌های فرهنگی مسیر رو به بهبودی را طی کنند. البته یکی دیگر از مهم‌ترین امیدواری‌های ناشران این است که با توجه به تجربه برایی نمایشگاه کتاب مجازی تهران در اردیبهشت‌ماه و طبق روال تقویم فرهنگی هرساله شاهد برگزاری نمایشگاه کتاب مجازی تهران باشیم.

چند خط در استقبال از سال نو

کرونا جهش یافته غم

تکیده و ترسان اسفند را به فروردین بردیم و از خلوت ناخواسته نتوانستیم اما یک قدم دور شویم که این روزها به شرط زندگی نفس می‌کشیم و بهتر از همیشه شبیه این حمله‌ایم که «ای بابا! کی زنده و کی مرده». آن قدر داغ دیدایم که نمی‌دانیم بر کدام مرده زار بزنییم. به خودم می‌گویم خوب نیست اول سالی این زخم را تازه کنی که به قول حسنک وزیر، عاقبت آدمی؛ مرگ است.

در دل‌تنگی دست و پا می‌زنیم و به لعن و نفرین به خودمان می‌گویم این چه دردی بود بی‌وقت که هر کدام از ما به جزیره‌ای بدل شده‌ایم در دور‌دست‌ها که صدا به صدا نمی‌رسد. کجای راه را اشتباه رفته بودیم که حالا سر از بیابان بلا درآورديم. گوش کن! یکی می‌گوید این چوب خداست. یکی دیگر می‌گوید انتقام طبیعت است و یکی هم به چین و ماچین لعنت می‌فرستد و دیگری می‌گوید اصلاً فرض کن کرونا نبود، آيا ما همان آدم‌هایی نبودیم که یک‌دیگر را به مرگ می‌گرفتیم تا به تب راضی شویم؛ شنیدن این یکی، دو جمله از عذاب شب اول قبر بدتر است که ما همیشه دیر می‌رسیم و نوشداروی پس از مرگ سهرابیم. اگر برای همه عصرها، رسولی با کتانی در دست، مردم را به راستی و رستگاری دعوت می‌کرد، آیا ما چنان ناسزاوار بودیم که از بلایی منقرض شویم که حتی به چشم نمی‌آید؟! در کتاب‌های درسی صد سال بعد، از ما و از عذاب الیم ما چه خواهند نوشت. خیلی از ما به قبل از کرونا می‌انديشند و خیلی‌های دیگر به بعد از کرونا. ما به هر دو سوی پیش و پس کرونا گرفتاریم. ما این بخت را داشته‌ایم که غم‌هایمان را از قرن به قرن دیگر ببریم.

سال نو شده است و دریای کرونا چه آرام و چه ناآرام پیش چشم است با این همه اما ما نمی‌خواهیم دیگر ملاحان مرگ باشیم و بردگان ماتم. اگر خاطرتان باشد قدیم‌ترها تا گرم خندیدن می‌شدیم به اخم و تخم می‌شنیدیم که: «کم بخند بچه‌ا به ما نیومده خندین!» ما از نسلی به جا مانده بودیم که عاشق عزای عظیم بود، نسلی که گریبان می‌درید به مرگ و در سیاه رسوب کرده بود و حتماً این نسل نمی‌توانست معنا و مفهوم لبخند را باور کند. زیستن در این رنج ناگزیر اما بیش از گریه و زاری، لبخند می‌خواهد. لبخندی که از پس شنیدن چنین جملاتی خرج می‌شود: «سایه‌تون کم نشه»، «خدا از برادری کم‌تون نکه»، «قربون قدمتون...»، «هرچه زودتر لباس عاقبت بپوشید» و هزار جمله دیگر که با همان اندک لبخند، قشنگ‌تر دیده و شنیده می‌شوند. سال نو شده است و همین اول سالی با خودمان خلوت کنیم و هر کدام، نقشه‌ای برای روزهای در راه بکشیم. به هم که می‌رسیم نه در دل که بلندبلند بگوییم: چشم بد از تو دور! خوشحال باشیم و خوشحال کنیم که هر بدی و هر نابلدی، می‌تواند کرونا ی جهش‌یافته‌ای باشد که جز به هلاک ما رضایت نمی‌دهد.

عکسی که می‌بینید

مربوط به اعتراض سیاسی نیست، بلکه مربوط به گردمهایی هزاران جوان بروکسلی است که دروغ آوریل برای برگزاری کنسرت موسیقی را باور کردند و برای دیدن کنسرت به پارک رفتند. این گردمهایی در بحبویه کرونا و ممنوعیت تجمع انجام گرفت و در نتیجه پلیس با پوشیدن کلاه ایمنی و پیشرو ی در یک صف، برای متفرق کردن مردم از گاز اشک آورومشین آب‌پاش استفاده کرد!

مسأله عشق است

یکی از فیلم‌هایی که این اواخر البته با تأخیری طولانی دیدم، «خرچنگ» لانتی‌موس کارگردان مشهور و مطرح جهان بود. فیلم، از آن دسته فیلم‌هایی است که می‌توانم تماشا ی آن را به همه دوستان پیشنهاد کنم و دلیل این پیشنهاد هم این است که «خرچنگ» درین مایه اصلی خود راوی موضوعی است که جهان و آدم‌های امروزی آن بشدت با آن درگیر هستند و مسأله چیزی نیست جز: روابط انسانی. «یورگوس لانتی‌موس» در وهله اول شاید برای فیلمسازان کل جهان یک پیام دارد و آن پیام هم ارزش و اعتبار یک فیلمنامه بسیار اورجینال و دست اول است که لحظه و گوشه‌ای از آن خلل و ایرادی ندارد وقتی به فیلم تبدیل می‌شود که مخاطب حتی نمی‌تواند لحظه‌ای از فیلم جدا شود و او کارگردانی است که اجازت نمی‌دهد مخاطب براساس سنت‌ها و گذشته یک کارگردان، یا حتی یک چیز از پیش شکل گرفته و مبتنی بر حدسیات، ادامه را حدس بزند و... ماجرای

فیلم این کارگردان یونانی از آنجا آغاز می‌شود که در شهری خیالی، هیچ‌کس اجازه ندارد تنها باشد و همه باید زوج باشند. کسانی که تنها هستند به هتلی برده می‌شوند که در آن چند روز فرصت دارند تا زوجی برای خود برگزینند وگرنه به حیوان تبدیل خواهند شد. دیوید یکی از آن آدم‌های تنهایی است که بعد از مرگ همسر به این هتل می‌آید تا قبل از تبدیل شدن به حیوانی که خودش انتخاب کرده، یعنی خرچنگ، زوجی انتخاب کند و... اگر از من بپرسید تمام فیلم بر سربیک ایده و حرف می‌چرخد و البته این ایده و حرف، حرف بزرگ و مهمی است. لانتیموس با تصویر کردن دو گروه متفاوت که هر کدام‌شان راهی از افراط و تفریط پیش گرفته‌اند می‌خواهد خیلی نرم و آرام و البته گاهی تلخ این را بگوید که آنچه در این دنیای عجیب و غریبی که ساخته‌ایم از دست رفته، عشق و محبت واقعی است. فیلم «خرچنگ» اگر چه طنز مسیاه و به قول معروف لخت و

گزنده‌ای دارد با صحنه‌هایی که به خنده‌های تلخ می‌رسد اما همین پیام را قصد دارد در قاب و قالب دراماتیک خود بدهد که این دنیایی است که ما ساخته‌ایم. آدم‌هایی که برای عشق تلاش می‌کنند، عشق را از یاد برده‌اند و در میان آنها فقط دو شخصیت دیوید و زن هستند که در چنین دنیای ترسناکی، عاشق هم می‌شوند و قسم می‌خورند که با هم بمانند. فیلم «خرچنگ» The Lobster در سال ۲۰۱۵ ساخته شده و آقای یورگوس لانتی‌موس اثری خلق کرده که هر زمان می‌توان آن را دید؛ حتی نه یک بار.



عکس

نوشت

مربوط به گردمهایی هزاران جوان بروکسلی است که دروغ آوریل برای برگزاری کنسرت موسیقی را باور کردند و برای دیدن کنسرت به پارک رفتند. این گردمهایی در بحبویه کرونا و ممنوعیت تجمع انجام گرفت و در نتیجه پلیس با پوشیدن کلاه ایمنی و پیشرو ی در یک صف، برای متفرق کردن مردم از گاز اشک آورومشین آب‌پاش استفاده کرد!



زمانی که چیزی می‌خواهی همه جهان دست به دست هم می‌دهد تا تو در پیدا کردن آن کمک کند.

کتاب کی‌می‌باگر

نوشته پائولو کونیلو

ترجمه حسین تقیعی

چرا برنامه‌های نوروزی دیگر

مخاطبان را میخکوب نمی‌کند؟

بی‌اعتنایی تلویزیون به ذائقه مخاطب

تلویزیون در عرصه رقابت با رسانه‌های خارجی و ماهواره‌ای که از کشورهای دیگر برنامه پخش می‌کنند کم آورده و نتوانسته مبتنی بر نیازها و خواسته‌های مخاطبان و مبتنی بر جذابیت‌هایی که برنامه‌ها باید داشته باشند برنامه‌سازی کند. به همین دلیل چند سالی است برنامه‌های نوروزی این رسانه هم دیگر آن طور که باید مورد توجه مردم قرار نمی‌گیرند.

بخش دیگری از این کم اقبالی به تغییر انگاره‌های ذهنی مخاطبان، تغییر سبک و نوع نیازهایشان بازمی‌گردد که از بستر استفاده از شبکه‌های اجتماعی ایجاد شده و تلویزیون نتوانسته حضور مؤثر و مستمر و تأثیرگذاری در این عرصه داشته باشد.

نکته دیگری که به بخش برنامه‌های نوروزی اختصاص دارد این است که تلویزیون توجه چندانی به تغییر ذائقه و سبک مصرف رسانه‌ای و تغییر دیدگاه‌ها و انگاره‌های مخاطب نمی‌کند. تلویزیون فکر می‌کند نیازمند این نیست که توجهی به دیدگاه‌ها و نظرات و ذائقه مخاطبان داشته باشد چون معمولاً بوجه دولتی تقریباً مفتی به‌صورت سالانه در اختیار این رسانه قرار می‌گیرد و مانند رسانه‌های خصوصی خودش را در معرض قضاوت و پاسخ مخاطبان قرار نمی‌دهد. ضعف برنامه‌سازی تلویزیون در حالی است که در دوران شیوع پاندمی کرونا علاوه بر نقشی که تلویزیون برای آگاهی بخشی و فرهنگ‌سازی دارد نیاز به مشوق‌ها و زمینه‌هایی برای نگه داشتن مردم در خانه داریم. بخصوص در تعطیلات نوروز که براساس رسم دیرینه و عادت مرسوم مردم بار سفر می‌بندند و راهی عیدیدینی و گشت وگذار می‌شوند اما متأسفانه شاهد برنامه‌هایی که این کارکرد را داشته باشد، نیستیم.

یکی از دلایل این مسأله فاصله گرفتن برنامه سازان و سیاستگذاران جریان اصلی تلویزیون از مخاطبان و عدم توجه به نیازهای مخاطبان است. این نیازها فقط نیازهای اطلاع‌رسانی و خبری نیست. اکنون بیشترین نیاز مردم نیازهای تفریحی و برنامه‌ای است که بتواند اوقات فراغت را بخصوص در دو هفته تعطیلات نوروز پر کند اما آنچه که در تبلیغات برنامه‌های نوروزی تلویزیون می‌بینیم این است که چند برنامه پرمخاطب مانند سریال «پایتخت» هم امسال پخش نمی‌شوند. در این



شرایط چگونه می‌توانیم انتظار داشته باشیم که مردم پای تلویزیون بنشینند و در این شرایط پاندمی کرونا از خانه بیرون روند؟

تا عرصه رقابت میان رسانه‌هایی که در داخل کشور فعالیت می‌کنند ایجاد نشود و تا یک رقیب قوی برای تلویزیون نداشته باشیم و تا زمانی که این رسانه همچنان به‌صورت انحصاری فضای جریان‌های تولید برنامه را اختیار داشته باشد در بر همین پاشنه می‌چرخد و تا زمانی که رسانه تلویزیون همچون گذشته به متخصصان، برنامه‌ریزان و برنامه سازان حرفه‌ای مراجعه نکند به دوران اوجش بازمی‌گردد.

به‌عنوان یک ایرانی و به‌عنوان پژوهشگر ارتباطات باید بگویم که متأسفانه در بستر برنامه‌های غلط، بخش عمده‌ای از فضای رسانه‌ای را به شبکه‌های ماهواره‌ای بی‌هویتی که تمامی شئون، ارزش‌ها و هنرهای موجود در جامعه را مورد هجمه قرار می‌دهند واگذار کرده‌ایم و به‌دلیل اینکه رسانه مرجع قابل اطمینانی نداریم این شبکه‌های ماهواره‌ای هستند که در ایامی مانند نوروز اولویت ما را تعیین می‌کنند. مسأله‌ای که بسیار می‌تواند برای خانواده‌ها، مردم و مخاطبان ما مخرب بوده و اثرات سویی داشته باشد.

برنامه‌هایی مانند سریال «پایتخت»، «خندوانه» و «دورهمی» که البته اکنون از اولین سری‌های خود فاصله گرفته‌اند، براساس آمارها و نتایج نظرسنجی‌هایی که مرکز تحقیقات صداوسیما و برخی از پژوهش‌های پژوهشگران حوزه رسانه انجام دادند با اقبال بالای مخاطبان مواجه شدند و حتی در رقابت با برخی از برنامه‌های پربیننده شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان زمانی که به‌طور مثال سریال «پایتخت» پخش می‌شد دکان آنها تخته می‌شد و مردم پای شبکه‌های داخلی می‌نستند. پس اگر در این فضا برنامه خوب و مخاطب پسند تولید کنیم جا برای کار وجود دارد. اما مهم این است که چنین برنامه‌هایی تولید نمی‌شود و چون تلویزیون از بوجه دولتی ارتزاق می‌کند مبتنی بر اولویت‌های مخاطبان و مالیات دهندگان عمل نمی‌کند و پاسخگو هم نیست که چرا برای ایامی مانند نوروز برنامه‌هایی که مخاطبان را جذب کند تولید نمی‌کند.