روزنامه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، ورزشی صبح ایران • صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مهدی رحمانیان • نشانی: میدان آرژانتین، خیابان الوند، کوچه آرشیا، پلاک ۶ • تلفن: ۹۲و۸۸۶۵۴۳۹۰ • نمابر: ۸۸۸۸۰۷۱۹ • تلفن آگهی‌ها: ۸۸۱۹۲۸۷۷ • تلفن امور مشترکین: ۸۸۲۰۹۵۹۳ • توزیع: شرکت پیام‌رسان سبز تلفن: ۵- ۶۶۲۷۲۱۳۰ • چاپ: گلریز تلفن: ۶۶۷۹۵۴۴۲

روزنامه شرق

www.sharghdaily.ir

دوشنبه • ۴ دی ۱۳۹۶ • ۶ ربیع‌الثانی ۱۴۳۹ • ۲۵ دسامبر ۲۰۱۷ • سال پانزدهم • شماره ۳۰۴۳ • ۱۶ صفحه

اذان ظهر تهران ۱۲:۰۴ • اذان مغرب ۱۷:۱۷ • اذان صبح‌فردا ۵:۴۲ • طلوع آفتاب ۷:۱۲

روزنامه فردا

fardashargh@gmail.com

حرف درشت

راه مقابله با بحران کشف شد

پوریا عالمی

• رئیس ستاد مدیریت بحران کشور برای حل بحران زلزله تهران گفت: «اگر در تهران زندگی می‌کنید باید جای دومی را برای خود داشته باشید. خانه‌های پدری‌تان را در شهرستان‌ها حفظ کنید».

این رئیس ستاد مدیریت بحران از دانشمندان و دلاوران معاصر و صاحب نظریه بسیار معروفی است. او وقتی استاندار کرمان بود، گفته بود: «خانه‌ای چون عکس احمدی‌نژاد را به دیوارش زده بود، فرونریخته بود...».

اگر قول بدهید آرامشتان را حفظ می‌کنید، عکس رئیس ستاد مدیریت بحران را اینجا منتشر می‌کنیم تا اگر بی‌هوا در خیابان ایشان را دیدید دچار بحران نشوید.

بعد از اظهارنظر عالمانه و فیلسوفانه اسماعیل نجار که تهرانی‌ها باید یک خانه در شهرستان داشته باشند، برای مردم سؤال شد که:

۱- خب وقتی زلزله تهران بیاید، مردم چطوری خودشان را به شهرستان برسانند؟

۲- وقتی زلزله شهرستان می‌آید، سنگ روی سنگ بند نمی‌شود، اگر مردم تهران رفتند شهرستان و زلزله شد، آیا باید یک خانه هم در ژاپن داشته باشند؟

۳- اگر مردم رفتند ژاپن و زلزله شد، باید یک خانه هم در مریخ داشته باشند؟

همین دانشمند معاصر هنگام حادثه آتش‌سوزی پلاسکو که آن‌طوری همه‌چیز سوخت و دود شد و هوا رفت، گفته بود: «آتش‌سوزی پلاسکو به‌خوبی توسط قالیباف مدیریت شد».

درواقع طوری گفته بود به‌خوبی که آدم فکر می‌کرد دارد درباره کباب‌کردن جوجه حرف می‌زند که قالیباف به‌خوبی پلاسکو را پخته بود.

همان‌طور که مشخص است هر کسی رئیس باشد به‌هرحال اسماعیل نجار ازش تعریف می‌کند.

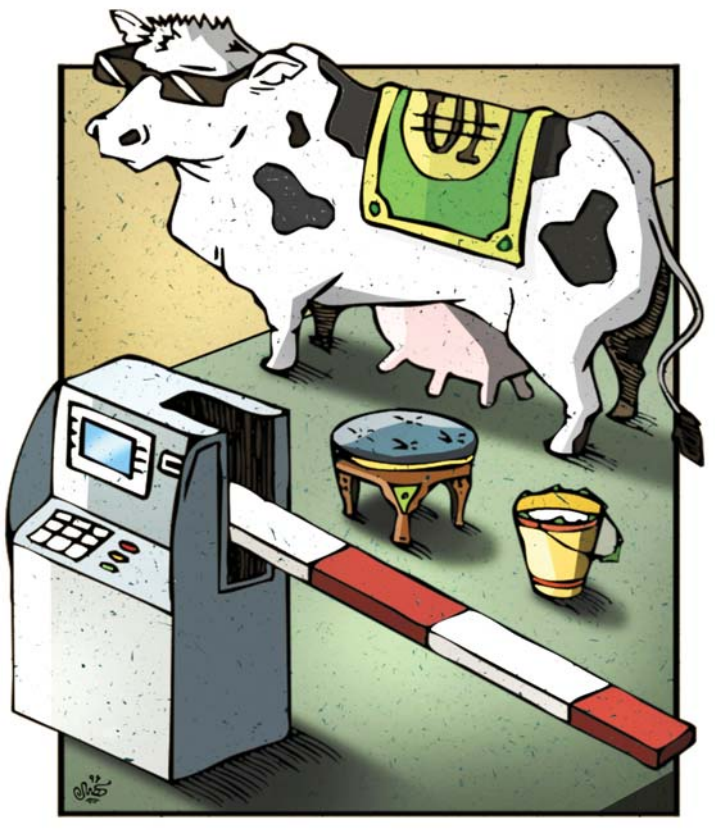
حرف درشت

سؤال اصلی این است که با این کارنامه مشعشعی که رئیس ستاد بحران دارد، چرا به تعداد دیوارهای کشور عکس احمدی‌نژاد و قالیباف را منتشر نمی‌کند و نمی‌دهد به ماها که مثل آن خانه‌ها بزنیم به دیوار تا از بلایا در امان باشیم؟ واقعا ما نمی‌دانیم.

کارتون خواب

سهیل محمدی

به بهانه افزایش بی سر و صدای قیمت محصولات لبنی



آکادمی

راز نیکنامی حکیم فرزانه

محمدعلی آرامی

متخصص مغز و اعصاب

من توفیق شاگردی مستقیم دکتر «یلدا» را نداشته‌ام، اما از آثار گوناگون ایشان بهره برده‌ام و جز توصیف گسترده رشک‌انگیز دانش و اخلاق ایشان نشنیده و نمی‌شنوم. بدون تردید پزشکان باسواد و نخبه بسیاری در کشور ما وجود دارند. به‌یقین می‌گویم متوسط آگاهی علمی و حتی تجربه پزشکان ما از متوسط بسیاری از کشورها بالاتر است. دلیل من اغراق ناسیونالیستی در نبوغ و هوش و استعداد ایرانیان نیست، بلکه شیوه گزینش دانشجویان در کشور ماست به‌طوری‌که سخت‌کوش‌ترین جوانان کشور از طریق آزمون‌های دشواری که گاه از دوران متوسطه شروع می‌شود، گلچین می‌شوند. در اینجا کاری با عوارض منفی این‌گونه درس‌خواندن ندارم زیرا واقعیتی را که عرض کردم رد نمی‌کند. اما چرا دکتر «یلدا» شخصیتی فراتر از یک «پزشک و استاد باسواد» پیدا می‌کند و چنین خوشنام و ماندگار می‌شود؟ و به جایگاهی می‌رسد که بنده پزشک تحصیل‌کرده دانشگاهی دیگر نیز او را استاد خود می‌دانم و امروز درباره او می‌نویسم. فهم راز ماندگاری دکتر «یلدا» کلید جاودانگی است و برای هرکسی که سودای نامیرایی، نیکنامی و جاودانگی دارد، امری حیاتی است. راز این نیکنامی جز دانش همراه با «اخلاق‌مندی» چه چیزی می‌تواند باشد؟ بحث‌های چیستی اخلاق طولانی و گاه با گزافه‌گویی همراه می‌شوند. اگر بر آموزه‌های دیرینه ایرانی‌مان نظری بیفکنیم که اخلاق را از دریچه «کردار نیک» به تفسیر می‌نشیند، می‌توان گفت که دکتر «یلدا» با پندار و گفتار نیک به کردار نیک نیز مزین شد و بدین‌سان به کمال حکمت نائل آمد و «حکیم» زمانه خود شد و دریغا که در روزگار ما حکمت و فرزانگی نادر و نایاب شده است. کردار یک پزشک حکیم در سه وجه خود را می‌نمایاند: در کار روزانه، در خانواده و محیط زندگی و در سطح ملی. دکتر «یلدا» در کار اصلی و اساسی روزانه‌اش که نحوه برخورد با بیماران و همراهان بود، مورد ستایش آنان بوده است. قطع داوطلبانه ارتباط مالی با بیمار در سرتاسر دوران طبابت، نشان از ارزش والایی دارد که او برای مقوله «معاینه و تشخیص» پزشکی قائل بود و با هوش و خردمندی خود آن را عملی کرد و از همان ابتدا نشان داد که سودای ماندگاری دارد. در کار آموزش پزشکی به‌عنوان وظیفه شغلی مهم دیگرشان نیز الگویی برای سایر استادان و دانشجویان بوده و هستند. ارتباط نزدیک با دانشجویان سطوح گوناگون و در دسترس‌بودن همیشگی او برای تمام دهه‌های اشتغال و حتی بازنشستگی و ارائه بی‌دریغ دانش و مهم‌تر از آن تجربه ویژگی بارز وجه اول اخلاقی شخصیت او بود. در محیط خانواده و اجتماع دوستان و نزدیکانش نیز اهل مدارا و همیاری و نوع‌دوستی بوده‌اند و سرانجام در سطح ملی انسانی بوده‌اند پایبند به میثاق ملی و فرزندی که برای سرزمین مادری‌اش آماده هرگونه خدمت و انجام وظیفه بود. استاد «یلدا» نمونه نیکمردان روزگار بود. راهش پررهرو باد. سعدیا مرد نکونام نمیرد هرگز / مرده آن است که نامش به نکویی نبرند

۶ درجه

سوادِ سواد رسانه‌ای

حسین کرمانی: در یادداشت قبلی، مبانی و برخی مفاهیم اساسی سواد رسانه‌ای را توضیح دادم تا برای پیش‌بردن بحث آماده شویم. همان‌گونه که بیان کردم، سواد رسانه‌ای ابزاری برای مصرف انتقادی رسانه‌هاست؛ به‌طوری‌که مخاطب در برابر فریب‌کاری آنها مقاوم شود. امروزه با تکثر روزافزون رسانه‌های اجتماعی و پیچیدگی‌هایی که استفاده از الگوریتم‌ها برای مقاصد سیاسی و تجاری ایجاد کرده، آموزش سواد رسانه‌ای نیز به‌مراتب سخت‌تر و چندلایه شده است؛ اما فارغ از این نکته، سواد رسانه‌ای مهارتی نیست که با برگزاری چند کارگاه و آموزش‌های مقطعی و چندساعته حاصل شود. این‌گونه نیست که سواد رسانه‌ای مفهومی‌شدنی است؛ یعنی در بستر زمان و در طول عمر فرد باید شکل گرفته و تقویت شود. درواقع نمی‌توان انتظار داشت فرد با شرکت در یک یا چند کارگاه از نظر رسانه‌ای فردی باسواد شود. این شیوه هرچند برای تعدادی نان و آب دارد؛ ولی به ارتقای سواد رسانه‌ای در جامعه کمک نمی‌کند. نکته دیگری که در بحث سواد رسانه‌ای نادیده گرفته می‌شود، وابستگی تقویت آن به عناصر دیگر است. در واقع، در ایران به‌گونه‌ای با این مفهوم برخورد می‌شود که انگار مفهومی خودبسنده است و به طور مستقل در فرد شکل گرفته و تقویت می‌شود؛ اما این‌گونه نیست. تقویت سواد رسانه‌ای بیش از هر چیز به آزادی و تکثر رسانه‌ای وابسته است. همچنین عادت به مطالعه نقش مهمی در تقویت آن دارد؛ بنابراین، یکی از مجراهای اصلی تقویت سواد رسانه‌ای، وجود صنعت نشر قوی و رونق کتاب‌فروشی‌ها و کتابخانه‌هاست. امری که در کشور ما بیشتر به طنز شبیه است. در سال‌های اخیر، شاهد تبدیل تعداد زیادی از کتاب‌فروشی‌ها به غذاخوری و فست‌فود بوده‌ایم. همچنین وضعیت کتابخانه‌های عمومی ما اسف‌بار است. از طرف دیگر، تیراژ کتاب‌ها خود بیانگر عمق فاجعه است. همه این عوامل نشان می‌دهد که مطالعه در عادات ما اصولا جایگاه ویژه‌ای ندارد. حال با توجه به این دو نکته، بهتر می‌توان میزان کارایی آموزش‌های سواد رسانه در ایران را ارزیابی کرد. در موقعیتی که کتاب، کالایی مهجور و فراموش‌شده است که اکثر شهروندان با آن رابطه‌ای ندارند و این در میزان متوسط ساعات مطالعه جامعه مشخص است و همچنین تکثر و تنوع در محتوای رسانه‌ها دیده نمی‌شود، تلاش برای تقویت سواد رسانه‌ای، تلاشی بی‌فرجام خواهد بود. از سوی دیگر، امکان گفت‌وگو و بحث آزاد یکی از عواملی است که برای رشد سواد رسانه‌ای ضروری است. درواقع، مخاطب باید بتواند آزادانه محتوای رسانه را به چالش کشیده و آن را نقد کند. قدر مسلم تا وقتی این شرایط وجود نداشته باشد، آموزش سواد رسانه‌ای در کارگاه‌ها و حتی مدارس، امری خواهد بود که در سطح باقی خواهد ماند و تغییری در عمق ماجرا ایجاد نخواهد کرد. به عبارت دیگر سواد رسانه‌ای مفهومی کیفی و مستمر است؛ اما در برنامه‌های آموزشی ایران با آن به‌مثابه متغیری کمّی و خودبسنده برخورد می‌شود. در این شرایط است که مشخص می‌شود این تلاش‌ها- حتی اگر از سر صدق و دلسوزی هم باشد- نتیجه درخورتوجه و اثر درازمدت نخواهد داشت.