

اتفاق

جزئیات بیمه روزنامه‌نگاران



● در جلسه مشترک هیئت‌مدیره انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان تهران با مدیرعامل و مدیران صندوق اعتباری هنر، امکان بیمه پایه برای اعضای انجمن مورد توافق طرفین قرار گرفت. به گزارش روابط‌عمومی انجمن، در این جلسه مقرر شد آن دسته از اعضای انجمن که از بیمه پایه برخوردار نیستند، با معرفی انجمن به صندوق اعتباری هنر، از بیمه پایه و مزایای آن برخوردار شوند. اعضای محترمی که بیمه پایه نبوده و متقاضی این امر هستند، می‌بایست درخواست خود را به صورت کتبی به دبیر‌خانه انجمن تحویل داده تا پس از جمع‌آوری تمامی درخواست‌ها، انجمن در نامه‌ای آنها را به صندوق اعتباری هنر تحویل داده تا روال کار از طریق صندوق ادامه یابد. اعضا درخواست‌های کتبی خود را می‌توانند همه‌روزه از ساعت ۹ صبح تا ۴ بعدازظهر به دبیر‌خانه انجمن تحویل دهند. همچنین تمهیدی اندیشیده شده که اعضای محترم بتوانند در روز شرکت در مجمع عمومی انجمن که سه‌شنبه هفته آینده ۲۴ دی‌ماه در دفتر انجمن برگزار می‌شود نیز درخواست‌های کتبی خود را تحویل دبیر‌خانه دهند. همچنین ایلنا گزارشی به نقل از روابط‌عمومی سازمان تأمین اجتماعی منتشر کرده که جزئیاتی از بیمه روزنامه‌نگاران را دربر می‌گیرد. نویسندگان و خبرنگاران از جمله گروه‌هایی هستند که از ۲۶ شهریور سال ۶۹ در زمره مشمولان بیمه صاحبان حرف و مشاغل آزاد قرار گرفتند. در اجرای بند «ب» ماده ۱۱ آیین‌نامه اجرایی ماده ۷ قانون هدفمندسازی یارانه‌ها و در راستای تعمیم و گسترش امر بیمه، نویسندگان، روزنامه‌نگاران، خبرنگاران و... با بهره‌مندی از کمک دولت به میزان حق بیمه کامل (با نرخ ۲۷ درصد) بر اساس حداقل دستمزد مصوب شورای‌عالی کار بابت بخشی از حق بیمه که از محل منابع حاصله از هدفمندسازی یارانه‌ها توسط سازمان هدفمندسازی یارانه‌ها تأمین می‌شود تا سقف سهمیه اختصاص‌یافته تحت پوشش تعهدات قانونی مربوط به بیمه صاحبان حرف و مشاغل آزاد قرار گرفته‌اند.

شرق روزنامه

www.sharghdaily.ir

چهارشنبه • ۱۸ دی ۱۳۹۸ • ۱۲ جمادی‌الاول ۱۴۴۱ • ۸ ژانویه ۲۰۲۰ • سال هفدهم • شماره ۳۶۱۸ • ۱۶ صفحه
اذان ظهر تهران ۱۲:۰۱ • اذان مغرب ۱۷:۲۷ • اذان صبح فردا ۵:۴۶ • طلوع آفتاب ۷:۱۵

روزنامه‌فرو

fardashargh@gmail.com

کارتون خواب



رامنسس مورالس

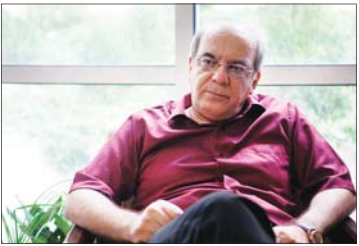


گیسو فغفغوری: چندین و چندسال است که پژوهشگران، روزنامه‌نگاران، محققان، و دانشجویان دربارۀ وجود چالش در زمینه سرمایه اجتماعی، اعتماد عمومی، میزان مهاجرت طبقه متوسط و تحصیل‌کردگان و... هشدار می‌دهند و از بروز آسیب در بین طبقات مختلف جامعه اطلاع می‌دهند. اما به نظر می‌رسد این صداها و هشدارها شنیده نمی‌شود و دولتمردان در این زمینه اقدامی انجام نمی‌دهند. به سراغ عباس عبدی پژوهشگر رفته‌ایم تا موقعیت کنونی را تشریح و دلیل این بی‌توجهی را بازگو کند.

✎ جناب آقای عبدی، چند سال است که جامعه‌شناسان اهالی رسانه و پژوهشگران درباره مشکلات موجود هشدار می‌دهند اما به نظر می‌رسد صدای آنها شنیده نمی‌شود! از نظر شما، مردم از چه طریقی باید مسائل خود را بیان کنند تا شنیده شود؟

در حوزه سیاست باید در نظر داشت شنیدن حرف مردم از طریق گفتن آنها اتفاق نمی‌افتد. مثل گفت‌وگوی من و شما نیست. شنیدن حرف در عرصه عمومی از طریق فعالیت سیاسی و وارد کردن آنها به پذیرفتن عقیده است. بنابراین افراد سیاسی تا مجبور نشوند این صداها را نمی‌شنوند. آنها در یک کپکشان و سیاره دیگر زندگی می‌کنند که خواسته‌های مردم را در نمی‌یابند یا به شکل دیگری آنها را استنباط می‌کنند مگر اینکه پشت هر صدایی قدرت باشد.

بنابراین تا پیام به قدرت تبدیل نشود، کار چندان‌ی از هشدارها و اخطارهایی که داده می‌شود، بر نمی‌آید. ✎ پس شما معتقدید که دولتمردان صدای مردم را نمی‌شنوند، نه اینکه توان تغییر ندارند یا کارهایی انجام می‌دهند، ولی دیده نمی‌شود؟ نه. بگذارید مثالی بزنم تا دقیق‌تر مشخص شود. نشانه‌ای در بدن یک نفر دیده می‌شود که برخی آن را سرطان می‌دانند. ولی او حاضر نمی‌شود برای معالجه اقدام کند. استدلالش هم این است که اگر بروم دکتر و مشخص شود سرطان نیست که ماجرا حل است و اگر مشخص شد که سرطان است و باید جراحی و درمان کنم نیز فرقی به حال من ندارد، چون پولی برای درمان ندارم. بنابراین از ابتدا جور دیگری به قضیه نگاه می‌کند و می‌گوید ان‌شالله که سرطان نیست فوqش هست و می‌میرم. او معتقد



است به‌رحال که در هر دو صورت کاری نمی‌توانم انجام دهم؛ اگر سرطان بود هم درمان نمی‌کنم، پس چ‌را باید پول یک ویزیت اضافه هم بدهم؟ این نحوه برخورد فرد ناشی از ناتوانی در حل مسئله است. در ایران نیز بخشی از مواردی که حرف افراد شنیده نمی‌شود یا سعی می‌کنند برخی صداها به گوششان نرسد، ناشی از ناتوانی‌شان در حل مسئله است.

یک عامل دیگر هم هست. مسئولان کشور، وضعیت امروز را با وضعیت یک ماه، دوماه یا حداکثر شش ماه پیش مقایسه می‌کنند. آنها می‌بینند که شش ماه پیش هم وضع با حالا فرق چندان‌ی نداشته و آنان در جای خود بوده‌اند پس نتیجه می‌گیرند بعدتر هم خواهند بود. آنها مقایسه‌های کوتاه‌مدت انجام می‌دهند، درحالی‌که اگر مقایسه طولانی‌مدت انجام دهند متوجه می‌شوند که اتفاق عظیمی در حال رخ‌دادن است. مثالی که همیشه می‌زنم این است: شما استخری دارید که آب زلال و شفاف‌ی در آن وجود دارد، حالا هر روز چند قطره مایع قرمزرنک را در آن بریزید. درست است که وضعیت هر روز این استخ‌ر با دیروز آن فرق خاصی نمی‌کند، اما دیگر به جای آن آب شفاف و پاکیزه، مایع قرمزرنکی در آن قرار دارد که به‌کلی تغییر ماهیت داده است. اگرهم هر روز را با روز قبل مقایسه کنند، تفاوتی نمی‌بینند فقط کسی که بیشتر این استخ‌ر را دیده و حالا آن را دوباره می‌بیند، متوجه تفاوت و تغییر ژرف می‌شود. مسئولان ما نیز این تفاوت‌ها را در طول زمان متوجه نمی‌شوند. می‌گویند اگر در سال ۹۸ تظاهرات بود، ۹۶ هم بود، آن تمام شد این هم تمام می‌شود. هیچ‌وقت نمی‌گویند که ما از اول انقلاب تاکنون چه مسیری را رفته‌ایم که تبدیل به این اعتراضات شده است؟ باید توجه داشته باشیم که با ادامه این وضع آخ‌رش چیزی نخواهد ماند که بخواد تمام بشود یا نشود. ✎ به‌عنوان پژوهشگر و جامعه‌شناس انظر شما

صدایی که شنیده نمی‌شود

با عباس عبدی درباره اعتراض‌های مردم که شنیده نمی‌شوند:

ترجمه این صداها مهم است

وقایعی مانند دی ۹۶ و آبان ۹۸ به عنوان صدای اعتراض مردم مطرح است؟ و آیا شنیده شد یا قرار است شنیده شود؟

این صداها باید به‌گونه‌ای ترجمه شود. باید باور کرد که اینها فقط مهمه نیست. ترجمه این صداها مهم است درواقع این صداها باید به ادبیات دیگری برای جامعه و حکومت ترجمه شود. برخی از داخل قدرت می‌گویند که این دست‌های خارجی بوده است. عده‌ای دیگر می‌گویند این صداها پیش‌درآمد یک اتفاق است و حاصل سال‌ها فقر و تبعیض است. تعابیر و ترجمه‌های مختلفی از این صداها می‌شود؛ بنابراین براساس اینکه افراد مسئول کدام ترجمه را دوست داشته باشند، آن را می‌شنوند. البته اتفاقات آبان ماه، از طرف خیلی‌ها شنیده شد، هرچند به دلایلی که در س‌وال قبل گفتم جرئت ندارند شنیدش را اظهار کنند. ✎ شما و دکتر گودرزی کتاب «صداهایی که شنیده نمی‌شود» را که مربوط به نظرسنجی‌های پیش از انقلاب بود، منتشر کردید، آیا به نظر شما اتفاقاتی که در این چند سال در حال رخ‌دادن است، شباهتی با آنها دارد؟

آن کتاب درواقع یک نظرسنجی بود که اگر حاکمان آن زمان وقت می‌کردند متوجه می‌شدند چه اتفاقاتی در زیر پوست جامعه در حال وقوع است و قبل از این که با وقایع سال ۵۶ و ۵۷ روبه‌رو شوند، می‌توانستند تغییر خ‌ط‌مشی و تغییر سیاست دهند. اما فکر می‌کنم جامعه ما، از این مرحله گذشته است. این صداها قبلا در نظرسنجی‌ها وجود داشت اما نمی‌خواستند بشنوند حتی انجام و انتشار نظرسنجی‌ها را محدود کردند و نگذاشتند به دست عموم برسد، انگار به این طریق می‌توانند صدای مردم را بلاموضوع کنند. درحالی‌که اکنون، هم در نظرسنجی‌ها صدای مردم بازتاب دارد و هم در رفتار و اعمالشان در عرصه عمومی مشهود است. بنابراین از این حیث ما یک گام نسبت به گذشته عقب‌تر هستیم.

✎ شاید واقعا مسئولان که علاقه‌ای به شنیدن ندارند، راست گفته باشند و این هم بگذرد؟ تکرار تاریخ ممکن است به شکلی ترازیک رخ دهد؛ همان‌طور که وقوع اتفاقات دو سال اخیر برای‌شان غیرمنتظره بود، طبعاً نباید خیالشان درباره آینده نیز راحت باشد. امیدوارم پیش از آن شاهد تحو‌لی باشیم.

تحلیل

دوقطبی تر از همیشه

نگاهی به روند تغییرات در توئیتر ایرانی

دارد و با تعریف ما، اساسا صفحه تاثیرگذار محسوب نمی‌شود. این در حالی است که برای مثال، اتحادیه کارگری تونس بیش از ۱۴۸ هزار دنبال‌کننده دارد. لازم به یادآوری است که جمعیت تونس فقط ۱۱ میلیون نفر است. این اعداد به‌وضوح نشان می‌دهد که سازمان‌های سیاسی ایرانی در فضای توئیتر، نفوذ بسیار ناچیزی دارند.

خلأ سازمان‌های سیاسی مؤثر در توئیتر ایرانی در کنار انبوه صفحه‌های تاثیرگذار شخصی با نام مستعار، باعث شده است که پیام‌های سیاسی در فضاهایی بسیار شخصی، غیرشفاف و غیرمسئولانه مبادله شوند. طبیعتاً در چنین فضایی، انتشار شایعه‌های سیاسی رواج بیشتری دارد.

همچنین برخلاف تصویری که درباره نزدیک‌بودن غیرسیاسی‌ها به اصلاح‌طلبان وجود دارد، بخش زیادی از صفحه‌های تاثیرگذار غیرسیاسی در مجاورت صفحه‌های تاثیرگذار برانداز و تحول‌خواه قرار دارند. درحالی‌که بخش زیادی از صفحه‌های تاثیرگذار اصلاح‌طلب و اصولگر، حضور نسبتاً متمرکزتری در توئیتر دارند، صفحه‌های تاثیرگذار برانداز و تحول‌خواه متکثرتر و پراکنده‌ترند و احتمالاً می‌توانند بر مخاطبان متنوع‌تری تأثیر بگذارند.

در چنین بستری، اقبال چشمگیر کاربران به‌سوی دو سر طیف جریان‌های سیاسی می‌تواند بازنمایی‌کننده شرایطی نگران‌کننده و چالشی باشد. این اتفاق از سال گذشته آغاز شده است و در پاییز سال جاری به شدیدترین حد خود رسیده است. چنانچه جریان‌های سیاسی میانه‌رو، تجدیدنظر جدی‌ای در عملکرد خود ایجاد نکنند و نیز راهبرهای رسانه‌ای خود را متحول نکنند، بسیار محتمل است که در آینده‌ای نه‌چندان دور، حسرت این فرصت‌های ازدست‌رفته را بخورند.

	13%	13%	10%	11%	اصولگرا
	7%	7%	9%	5%	برانداز
	4%	4%	4%	3%	اصلاح‌طلب
	3%	3%	3%	2%	تحول‌خواه
پاییز ۹۸	تایستان ۹۸	بهار ۹۸	زمستان ۹۷		غیرسیاسی
	4%	5%	5%	2%	تجزیه‌طلب
	5%	5%	5%	4%	کل

میزان افزایش تعداد دنبال‌کنندگان صفحه‌های تاثیرگذار (به تفکیک گرایش سیاسی صفحه‌های تاثیرگذار)



ابوالفضل حاجی‌زادگان
پژوهشگر اجتماعی

تحلیل کلان‌داده‌های توئیتر نشان می‌دهد که توئیتر ایرانی، روزبه‌روز دوقطبی‌تر می‌شود. به‌نظر می‌رسد با تشدید چالش‌های سیاسی داخلی و خارجی، اقبال مردم به سمت دو سر طیف افزایش یافته است و پیام‌ها و شعارهای اصلاح‌طلبانه، جذابیت کمتری برای مخاطبان پیدا کرده‌اند.

در یک سال گذشته، افزایش دنبال‌کنندگان صفحه‌های تاثیرگذار اصولگرا همواره بیشتر از افزایش دنبال‌کنندگان سایر جریان‌های سیاسی بوده است. صفحه‌های برانداز از این نظر، در رتبه دوم و صفحه‌های اصلاح‌طلب در رتبه سوم قرار دارند. درحالی‌که تعداد دنبال‌کنندگان صفحه‌های اصولگرا در پاییز ۹۸ (نسبت به تابستان ۹۸) ۱۳ درصد افزایش پیدا کرده است که این نسبت برای صفحه‌های برانداز هفت درصد و برای صفحه‌های اصلاح‌طلب، فقط چهار درصد بوده است. همچنین درحالی‌که از پاییز ۹۷ تا پاییز ۹۸، سهم صفحه‌های اصلاح‌طلب از بین کل صفحه‌های تاثیرگذار توئیتر ایرانی، از ۳۲ درصد به ۲۹ درصد کاهش پیدا کرده است، سهم صفحه‌های برانداز از ۱۹ درصد به ۲۲ درصد و همین‌طور سهم صفحه‌های اصولگرا از ۹ درصد به ۱۲ درصد افزایش پیدا کرده است.

برای اطلاع از میزان افزایش تعداد دنبال‌کنندگان صفحه‌های تاثیرگذار (به تفکیک گرایش سیاسی صفحه‌های تاثیرگذار) به جدول زیر مراجعه شود.

با توجه به یافته‌های داده‌گویی‌هایی که اخیراً انجام داده‌ام، هم‌زمانی این روند، با چند روند و ویژگی دیگر توئیتر ایرانی، وضعیت نگران‌کننده‌ای را ایجاد کرده است. در ادامه به این موارد اشاره می‌کنم. یکی دیگر از روندهای موجود در وضعیت فعلی توئیتر ایرانی، افزایش نفوذ رسانه‌های برانداز و خارجی است. درحال‌حاضر، صفحه شبکه بی‌بی‌سی فارسی با نزدیک به یک میلیون و ۳۰۰ هزار دنبال‌کننده، بیشترین مخاطب را در بین صفحه‌های تاثیرگذار توئیتر ایرانی دارد و صفحه شبکه صدای آمریکا، بعد از صفحه آقای طریف در جایگاه سوم پرمخاطب‌ترین صفحه‌های ایرانی توئیتر قرار گرفته است. این در حالی است که در پاییز سال گذشته، صفحه آقای روحانی بعد از بی‌بی‌سی فارسی و آقای طریف در جایگاه سوم قرار

جارو برقی های جدید پارس خزر

پارس خزر



تکنولوژی جدید بوش و زیمنس

دارای گرید انرژی A

کم صدا

طول سیم بلند

www.parskhazar.com

www.parskhazar.com/shop

سازمان فروش: ۰۲۱۱۱۴۲۳۸۰ خدمات پس از فروش: ۰۲۱۱۱۴۷۰۰۶