روزنامه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، ورزشی صبح ایران • صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مهدی رحمانیان • نشانی: میدان فاطمی، خیابان بهرام مصیری، پلاک ۲۲ • تلفن: ۵۴ و ۸۸۹۳۶۲۷۰ • نمابر: ۸۶۰۳۶۱۲۲ • تلفن آگهی‌ها: ۸۶۰۳۶۱۱۹ • تلفن امور مشترکین: ۸۸۹۰۳۵۴۸ • توزیع: شرکت‌پیام‌رسان سبز تلفن: ۶۶۲۸۷۳۴۴ • چاپ: صمیم تلفن: ۴۴۵۳۳۷۲۵

روزنامه شرق

www.sharghdaily.ir

چهارشنبه • ۲۹ بهمن ۱۳۹۹ • ۵ رجب ۱۴۴۲ • ۱۷ فوریه ۲۰۲۱
سال هجدهم • شماره ۳۹۴۳ • ۱۲ صفحه

اذان ظهر تهران ۱۲:۱۸ • اذان مغرب ۱۸:۰۷
اذان صبح فردا ۵:۲۴ • طلوع آفتاب ۶:۴۸

fardashargh@gmail.com

روزنامه فردا

نور نوشت

روستای زرده در شهرستان طارم آب آشامیدنی سالم، گاز، راه دسترسی مناسب، تلفن ثابت و آنتن‌دهی تلویزیون و تلفن همراه ندارد، عکس: بهرام بیات‌فارس

هفته نوشت

خستگی روزمره با چاشنی ناامیدی

الهام فخاری
عضو شورای شهر تهران

یک روز گرفتار کاری و روز دیگر درگیر مسئله‌ای می‌شوی. گاهی گمان می‌کنی چقدر انجام یک کار ساده دشوار شده است. خستگی روزمره شهری پیچیده و پستی‌وبلندی‌های زندگی روزمره هم که پابرجا هستند. فرازوفرودهای نرخ کالاها و خدمات هم بخشی از فرسایندههای روانی مردم شده است. آیا این نخستین بار است که ما در شرایط پرفشار زندگی می‌کنیم؟ نه، می‌دانیم که نخستین بار نیست. چه چیزی در این تجربه کنونی ما را نیازمند حساسیت و دقت بیشتری می‌کند؟ کارکردهای شناختی(ذهن) از انگیزش و هیجان‌ها اثر می‌پذیرند. از سویی زیرساخت انگیزه‌های ما آگاهی‌ها و شناخت (ذهنیت) هایمان هستند. آنچه ما را در شرایط سخت به تکاپو وامی‌دارد و به پیش می‌برد، ساختارها و سبک شناختی ماست. اینکه چگونه می‌اندیشیم، داده‌ها را چگونه پردازش می‌کنیم، چه راهبردهایی را برای مسئله به کار می‌گیریم، چگونه ارزیابی می‌کنیم، بر رابطه ما با شرایط اثرگذار هستند. گاهی رودرروی مسئله‌ای پیچیده، استوار و پایدار دوام آورده و سر بلند کرده‌ایم و گاهی در برخورد با کاستی یا نکته‌ای خُرد برآشفته و آزرده و خسته شده‌ایم. این ناهمانندی واکنش‌هایمان برخاسته از امیدها و ناامیدی‌هایمان هستند. بازخوانی ادبیات کهن ایران گویای نمودهای سنجیده و ظریف از امید است و پندها و راهبردهایی اجتماعی در بر دارد: «در ناامیدی بسی امید است، پایان شب سیه سپیده است». آیا گوینده و سراینده چنین سخنانی با ناکامی‌ها و گرفتاری‌های روزگار خود دست‌وپنجه نرم نکرده بوده؟ ایران تاریخ پرفرازونشیب را از سر گذرانده و سختی‌ها و سردی‌های بسیاری بر مردمانش رفته است. با این‌همه افروغه (شعله) امید را کسانی روشن نگاه داشته و چشم‌اندازی را پیش‌رو گسترده و نمایان کرده‌اند. در این روز و روزگار که بر بسیاری از مردم، بر فرهنگیان و هنرمندان، بر زنان و مردان دشوار می‌گذرد، آنچه پیش و بیش از کاستی‌های اقتصادی و تحریمی و فرسایندگی‌های دیوان‌سالارانه (بوروکراتیک) جامعه ما را تهدید می‌کند، ناامیدی و خستگی از خویشتن است. شوربختانه کسانی هم هستند که بر شاخ نشسته و بن می‌برند و مردمی آزرده و خسته را از کنش اثرگذار و از توانمندی خویشتن ناامید می‌کنند. ما نباید بگذاریم چالش/ بحران امید در جامعه گسترده و گوناگون‌مان بیش‌ازاین ژرف شود. امید مفهومی است که نمودهای سنجش‌پذیر دارد. از یک خیالِ ناشدنی یا آشفتگی و درهم‌ریختگی شناختی سخن نمی‌گوییم، بلکه امید به‌مثابه روشنای زندگی را باید پاسداری کنیم. ما نیازمند بازنگری در هدف‌ها، بازآرایی توانایی‌ها و هم‌افزایی و باهم‌رسانی داشته‌هایمان هستیم. دو تیغه تحریم و کووید ۱۹ چنان شرایط را پیچیده و سخت کرده که بیم آن می‌رود ناامیدی از خویشتن و آسیب به خود یا آشفتگی‌های شناختی (ذهنی) گسترش یابد. از این‌رو است که بیش از همیشه باید نگران ناکامی‌ها و نابسندگی‌ها باشیم و برای یافتن راهبردهای روان‌ساز و پیش‌برنده کاری اثربخش کنیم. آنچه یک فرد یا جامعه را ویران می‌کند، تنها توپ و تانک و گلوله و خنجر نیست، بلکه فرد یا جامعه پویا و زنده را ناامیدی از خویشتن و خستگی از پا می‌اندازد. در این روزهای سخت ما به هم‌پیمانی و همراهی ملی برای پاسداشت امید و زنده نگه‌داشتن باورها و ارزش‌های آینده‌ساز نیاز داریم. هرچه هم خسته باشیم، اکنون وقت ناامیدی از خویشتن نیست.

حق‌بان

شوراهای حل اختلاف؛ چهار قانون‌گذاری در ۱۸ سال

ابراهیم ایوبی
وکیل دادگستری

دادگستری نوین ایران با تدبیر علی‌اکبر داور در سال ۱۳۰۷ ایجاد شد، اما در دهه ۴۰ خورشیدی دو نهاد دیگر هم برای حل اختلاف تأسیس شدند. در جریان همه‌پرسی موسوم به «انقلاب سفید»، اصول ۱۹گانه‌ای در ششم بهمن ۱۳۴۱ به تأیید عموم شرکت‌کنندگان رسید که اصل نهم به «ایجاد خانه‌های انصاف و شورای داوری» اختصاص داشت. قانون «تشکیل خانه‌های انصاف» سال ۱۳۴۴ تصویب شد که بر اساس آن، در یک یا چند روستا از میان معتمدان محلی پنج نفر (سه نفر عضو اصلی و دو نفر عضو علی‌البدل) به انتخاب مردم محل برای مدت سه سال جهت تشکیل خانه انصاف انتخاب می‌شدند. نهاد در پرونده‌های مدنی، برای دعاوی مالی تا سقف پنج هزار ریال و نیز رسیدگی به دعاوی ثلاث (رفع تصرف عدوانی، ممانعت از حق و مزاحمت) و در پرونده‌های کیفری برای امور خلافی که جزای نقدی آن تا ۲۰۰ ریال بود، صلاحیت رسیدگی داشت. یک سال بعد، قانون «تشکیل شورای داوری» در ۱۳۴۵ برای حل اختلافات در شهرها به تصویب رسید. سازوکار انتخاب در شورای داوری مانند خانه انصاف است و صلاحیت دعاوی مدنی تا سقف ۱۰ هزار ریال و کیفری در جرائم جنحه و خلاف تا مجازاتی کمتر از دو ماه حبس و جزای نقدی تا هزارو ۲۰۰ ریال بود. پس از انقلاب اسلامی و در ماده ۱۸۹ قانون برنامه سوم توسعه (۱۳۷۹-۱۳۸۴) شوراهای حل اختلاف پیش‌بینی شد. به موجب این ماده، به‌منظور کاهش مراجعات مردم به محاکم قضائی، رفع اختلافات محلی و نیز اموری که ماهیت قضائی ندارند یا از ماهیت قضائی پیچیده‌ای برخوردار نیستند، به شوراهای حل اختلاف واگذار و برای عملیاتی‌شدن ماده، آیین‌نامه‌ای در نظر گرفته شد. سرانجام «آیین‌نامه اجرائی ماده ۱۸۹ قانون سوم برنامه توسعه» با الگوبرداری ناقص از شورای انصاف و خانه داوری در مرداد ۱۳۸۱ به تصویب رئیس قوه قضائیه رسید. صلاحیت شورا در امور مالی تا ۱۰ میلیون ریال و در امور کیفری تا پنج میلیون ریال جزای نقدی و جرائم رانندگی که مجازات حبس ندارد، تعیین شد. مانند قانون سال ۱۳۴۵ دعاوی ثلاث در صلاحیت شورا قرار گرفت. اعضای شورا سه نفر بودند که یکی به انتخاب رئیس قوه قضائیه، یک نفر با انتخاب شورای شهر یا روستا و یک نفر معتمد محلی منتخب هیئتی چندنفره بود. رأی شورا پس از صدور، به امضای مشاور قضائی شورا می‌رسید.

اما اولین قانون با عنوان قانون «شوراهای حل اختلاف» در سال ۱۳۸۷ به‌طور آزمایشی برای مدت پنج سال به تصویب کمیسیون قضائی و حقوقی مجلس رسید. از این پس اعضا از سوی قوه قضائیه تعیین و صرفا موضوع را صورت‌جلسه کرده و رأی از سوی قاضی

شورای حل اختلاف یکی از روستاهای مهاباد

شورا صادر می‌شد. حدنصاب مالی در شهرها تا سقف ۵۰ میلیون ریال و در روستاها تا سقف ۲۰ میلیون ریال تعیین، اما اختیار دعاوی ثلاث از شورا گرفته شد. بعد از چند بار تمدید مهلت اجرای آزمایشی، قانون بعدی «شوراهای حل اختلاف» باز هم به‌طور آزمایشی برای مدت سه سال در ۱۳۹۴ به تصویب همان کمیسیون رسید. افزایش حدنصاب دعاوی مال تا سقف ۲۰۰ میلیون ریال در سراسر کشور و اضافه‌شدن دعوی تعدیل اجاره بها، تأمین دلیل و بخشی از دعاوی مالی خانوادگی (نفقه، جهیزیه و مهریه) تا میزان حدنصاب، از مهم‌ترین این تغییرات بود. امسال لایحه‌ای در ۴۷ ماده با نام «شوراهای حل اختلاف» در اول بهمن به قید دوفوریت به تصویب مجلس رسید و اکنون جهت اظهارنظر به شورای نگهبان ارسال شده است. مهم‌ترین تحولات این قانون عبارت‌اند از: تشکیل جلسات شورا توسط دو نفر عضو و حذف قاضی شورا، افزایش سقف دعاوی مالی به ۵۰۰ میلیون ریال (هر سه سال یک بار توسط رئیس قوه قضائیه قابل تعدیل است)، اختیار معاون مجتمع‌های قضائی مبنی بر ارجاع پرونده‌های خارج از صلاحیت شورا به شورای حل اختلاف جهت صلح و سازش مگر در صورت مخالفت صریح هریک از طرفین، درنظرگرفتن هزینه دعاوی غیرمالی برای کل پرونده‌ها و امکان پذیرش وکیل مدنی در موارد صلح و سازش (که البته خلاف قوانین مربوط به وکالت دادگستری است). افزایش صلاحیت شورا با حذف قاضی از این نهاد و دادن اختیار قضاوت به افرادی که حتی داشتن تحصیلات حقوقی برای آنان الزامی نبوده، خلاف اصل ۱۶۳ قانون اساسی است که صفات و شرایط قاضی را طبق موازین فقهی می‌داند. همچنین اینکه طبق قانون آیین دادرسی مدنی قابلیت فرجام‌خواهی در دعاوی مالی نصاب بیش از ۲۰ میلیون ریال داشته باشد، اما صلاحیت مالی شورا تا سقف ۵۰۰ میلیون ریال باشد، منطقی به نظر نمی‌رسد.

پی‌نوشت: ۵۵ سال قبل، اعضای خانه انصاف (همان شورای حل اختلاف روستا) از سوی مردم انتخاب می‌شدند. خانه انصاف یک دادگاه روستایی است که پنج نفر از اهالی روستا به‌عنوان قاضی انتخاب می‌شدند و سه سال به صورت افتخاری و رایگان در آن حضور داشتند. با توجه به اینکه افراد این خانه از سوی اهالی روستا شناخته‌شده بودند، حرفشان مورد تأیید بود و معمولا مسائل و دعواها به سرعت حل‌وفصل می‌شد. نخستین خانه انصاف در زمستان ۱۳۴۲ در روستای مهیار از توابع سپاهان گشایش یافت و تا آخر سال ۵۶ به بیش از ۱۰ هزار خانه رسید که مسائل ۱۹ هزار روستا را دربر می‌گرفت.

اتفاق

۱۵ نامزد نشان لاک‌پشت پرنده اعلام شد

نشان‌های طلایی و نقره‌ای نهمین دوره لاک‌پشت پرنده اسفند ۱۳۹۹ به صورت مجازی به کتاب‌های برگزیده اهدا می‌شود. نامزدهای اولیه دریافت نشان‌های طلایی و نقره‌ای نهمین دوره اهدای نشان‌های لاک‌پشت پرنده از میان کتاب‌هایی که در سال ۱۳۹۸ با امتیاز پنج یا شش لاک‌پشت به فهرست‌های فصلی راه یافته‌اند، انتخاب می‌شوند و در جلسات داوری نامزدهای نهایی مشخص می‌شوند. امسال ۱۵ عنوان به فهرست نامزدهای نهایی دریافت نشان‌های طلایی و نقره‌ای لاک‌پشت پرنده راه پیدا کرده‌اند و برگزیدگان از میان آنها انتخاب و در مراسمی مجازی از طریق صفحه اینستاگرامی شهر کتاب مرکزی در اسفند ۱۳۹۹ اعلام می‌شود.

۱) ادسون آرانتس دوناسیمنتو و خرگوش هیمالیایی‌اش/ نویسنده: جمشید خانیان/ ناشر: فاطمی (کتاب طوطی).

۲) اژدهای بدجنسی که چشم‌هایش آستیگمات بود، نبود!/ نویسنده: فریدون عموزاده‌خلیلی/ تصویرگر: غزاله بیگدلو/ ناشر: پرنده آبی (علمی و فرهنگی).

۳) اعترافات یک دوست خیالی/ نویسنده: میشل کیوواس/ مترجم: زهرا چوپانکاره/ ناشر: کتاب چ (چشمه).

۴) آنجا که هیولاها خوابیده‌اند/ نویسنده: پالی هوین/ مترجم: شیما حسینی/ ناشر: هوپا.

۵) باغ ایران/ شاعر: حسین گل‌گلاب/ تصویرگران: پرویز کلانتری، نورالدین زرین‌کلک، غلامعلی مکتبی، کمال طباطبایی، مانلی منوچهری، هدا حدادی، عاطفه ملکی‌جو، مرجان وفائیان، نرگس محمدی، هاله قربانی/ ناشر: کتاب‌های میرکا (میرماه).

۶) به دیگری فکر کن/ نویسنده: محمود درویش/ مترجم: حسین متقی/ تصویرگر: علیرضا گلدوزیان/ ناشر: کودکان.

۷) تاجر برف/ نویسنده: سام گیتون/ مترجم: مینا قنواتی/ ناشر: پریان.

۸) تمام شب دویدم/ نویسنده: کتی کسیدی/ مترجم: فرشته جودکی/ ناشر: شهر قلم.

۹) تو یک جهانگردی/ نویسنده: شهرزاد شهرجردی/ تصویرگر: غزل فتح‌اللهی/ ناشر: فاطمی (کتاب طوطی).

۱۰) چشم‌انداز جهان، طبیعت جهان در یک کتاب طولانی/ نویسنده و تصویرگر: فانی مارسو، ژوئل ژولیوه/ مترجم: محمدناصر مودودی/ ناشر: دیبایه.

۱۱) خرس‌ها و دیگر گوشت‌خواران (از مجموعه پستانداران ایران)/ علی گلشن/ ناشر: کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان.

۱۲) شهر فرنگ/ نویسنده: رفیق شامی/ تصویرگر: پیتر کنور/ مترجم: امید صادقی‌سراجی/ ناشر: اریش.

۱۳) مجموعه گرگ ماسه‌ای (تابستان اول/ تابستان دوم/ تابستان سوم)/ نویسنده: اسا لیند/ مترجم: نامدار ناصر قصری/ ناشر: پریان.

۱۴) مجموعه ماجراهای زولو (زولو امیری همه برنامه‌ها را عوض می‌کند/ زولو به مدرسه می‌رود/ عمو زالا/ بابا امیری)/ نویسنده: پیام ابراهیمی/ تصویرگر: مریم محمودی‌مقدم/ ناشر: علمی و فرهنگی.

۱۵) یک دقیقه بعد از نیمه‌شب/ نویسنده: سارا کروسان/ مترجم: کیوان عبیدی‌آشتیانی/ ناشر: افق.

لاک‌پشت پرنده فهرستی از کتاب‌های ادبیات کودک و نوجوان است که با همکاری مشترک مؤسسه شهر کتاب و فصلنامه تخصصی پژوهش‌نامه ادبیات کودک و نوجوان تهیه می‌شود.

براساس معیارها و اصول لاک‌پشت پرنده کتاب‌های داوران برای دریافت نشان بررسی نمی‌شود. گروه داوری لاک‌پشت پرنده در این دوره عبارت‌اند از: حمید اباذری، محمود برآبادی، شکوه حاجی‌نصرالله، مینا حدادیان، شیوا حریری، شادی خوشکار، فاطمه زمانی، علی‌اصغر سیدآبادی، گیسو فغفوری، رودابه کمالی، نلی محجوب، مریم محمدخانی، فرمهر منجزی، رؤیا میرغیاثی و سیدمهدی یوسفی. مراسم اهدای نشان‌های طلایی و نقره‌ای نهمین دوره لاک‌پشت پرنده اسفند ۱۳۹۹ به صورت مجازی در صفحه اینستاگرام فروشگاه مرکزی شهر کتاب برگزار و این نشان‌ها به نویسندگان، مترجمان، تصویرگران و ناشران کتاب‌های برگزیده اهدا خواهد شد. جزئیات مراسم به‌زودی اعلام می‌شود.

تحلیل - بخش اول

نقش اینستاگرام بر زیبایی‌های ظاهری

امیرحسین زرگران . دندان‌پزشک

در هیچ دوره‌ای مردم تا این اندازه در معرض بمباران تبلیغات رنگارنگ دندان‌پزشکی قرار نداشتند. در گذشته نیازی به نمایش عمومی تصویری از درمان‌های دندان‌پزشکی حس نمی‌شد؛ چراکه معیار انتخاب دندان‌پزشک از سوی مردم اساسا تبلیغات نبود و آنها دندان‌پزشکشان را با پرس‌وجو از دوستان و آشنایان انتخاب می‌کردند. گذر زمان این نظم قدیمی را زیرورو کرد. ظهور و محبوبیت شبکه‌های اجتماعی، افزایش رقابت در پی افزایش پرشتاب تعداد فارغ‌التحصیلان دندان‌پزشکی، تمرکز حضور دندان‌پزشکان در مناطق پرجمعیت و از همه مهم‌تر، در دسترس قرارگرفتن و رواج کارهای زیبایی در پی پیشرفت تکنولوژی، دندان‌پزشکان را به سمت نمایش‌دادن خود در فضاهای عمومی سوق داد. به مرور، حضور رسمی دندان‌پزشکان در فضای مجازی و اصطلاحا «پرزنت» کردن خود، بخش جدایی‌ناپذیری از فعالیت شغلی آنها شد. تصاویر قبل و بعد درمان‌های دندان‌پزشکی (بیفور - افتر)، استفاده از افراد مشهور برای جلب اعتماد بیماران بالقوه و نیز استفاده از روش‌های تجاری مانند تخفیف‌های فصلی، جشنواره‌های تخفیفی و امثال آنها تبدیل به تصویر رایجی از فعالیت حرفه‌ای دندان‌پزشکان در اذهان مردم شد. با نگاهی کوتاه به صفحات اینستاگرامی دندان‌پزشکان متوجه می‌شویم که تمرکز اصلی تبلیغات در این حوزه روی «درمان»های دندان‌پزشکی زیبایی استوار است. بخشی از خدمات دندان‌پزشکی که گروهی از دندان‌پزشکان منتقد به آن لقب آرایش دندان داده‌اند و اعتقاد دارند که نباید با «درمان مشکلات واقعی» دندان‌پزشکی یکی در نظر گرفته شوند. اشکال این تبلیغات چیست؟ تبلیغات دندان‌پزشکی چه خطراتی را متوجه سلامت عمومی جامعه می‌کند؟

یک. خلق بیماری‌ای به نام زشتی دندانی

دندان‌پزشکی زیبایی با پروبال‌دادن مستقیم و غیرمستقیم به مفهومی به نام «بیماری زشتی»، توانسته تا الگوی سنتی مراجعه به دندان‌پزشک را تغییر دهد. اگر زمانی آدم‌ها تنها به دلیل نیاز به چک‌آپ یا در صورت احساس درد سراغ دندان‌پزشکشان را می‌گرفتند، حالا می‌توان آنها را به دلیل داشتن کوچک‌ترین انحرافی از استانداردهای میلی‌متری زیبایی یا حتی صرفا به دلیل میل به تنوع به مطب دعوت کرد. اگرچه تبلیغ‌کنندگان دندان‌پزشکی زیبایی وجود مزایایی مانند «افزایش اعتمادبه‌نفس و بهبود روابط اجتماعی و عاطفی» در آن را به مخاطب القا می‌کنند، مشخص نیست که در دهه‌های گذشته و پیش از رایج‌شدن دندان‌پزشکی زیبایی، چگونه شمار زیادی از آدم‌ها هم زیبا به حساب می‌آمدند و هم روابط اجتماعی و عاطفی مناسبی داشتند؟

دو: انگ بی‌توجهی

همان‌طورکه اشاره شد، دندان‌پزشکی زیبایی معیارهای سفت‌وسختی را برای عدم نیاز به انجام درمان تعیین می‌کند. مختصری زردی یا کمی بیرون‌زدگی دندان‌ها، چند میلی‌متر دیده‌شدن لثه حین خندیدن یا کوچک‌بودن دندان‌های پیشین، همه و همه به‌عنوان زشتی دندانی شناخته شده و صاحبان دندان‌های این‌چنینی به تغییر دادن ظاهرشان در کلینیک‌های دندان‌پزشکی فراخوانده می‌شوند. بدیهی است انجام پروسه‌های زیبایی هزینه‌بر و زمان‌بر هستند و بسیاری از افراد جامعه هزینه، وقت یا حتی تمایل به انجام آنها را ندارند. در چنین شرایطی وجود فشار روانی روی این گروه از افراد جامعه انکارشدنی نیست. انگ «بی‌توجهی به ظاهر»، انگ «مبتلا»بودن به یک «زشتی قابل‌درمان» و انگ «خساست» باعث می‌شود تا فردی که هیچ مشکلی با ظاهر خود ندارد هم برای تغییر ظاهر خود از سوی جامعه تحت فشار قرار بگیرد.

سه: کالایی‌شدن درمان و ورود افراد خارج از پرسنل درمانی به این حوزه

نبود نظارت روی محتوای تبلیغات دندان‌پزشکی موجب شده که گروهی از ذی‌نفعان این حوزه به فرم‌های تبلیغاتی تجاری روی بیاورند. تبلیغاتی که مانند آن را در هیچ‌کدام از شاخه‌های پزشکی (البته به‌جز زیبایی!) شاهد نیستیم. آزادی بی‌حدوحصر تبلیغات دندان‌پزشکی زیبایی جذابیت‌های تجاری آن را بالا برده است و در نتیجه افرادی خارج از حوزه درمان تصمیم به فعالیت تجاری دندان‌پزشکی گرفته‌اند. تأسیس کلینیک‌های دندان‌پزشکی زیبایی از طرف بازیگران، خواننده‌ها و فوتبالیست‌ها دیگر به پدیده رایجی تبدیل شده است. شاید در نگاه اول ورود افراد غیردندان‌پزشک به نفع رونق دندان‌پزشکی به نظر برسد اما محتمل‌ترین پیامد این مسئله برای حوزه سلامت دهان، در اولویت قرارگرفتن سود بر هر چیز دیگری است. بی‌تردید مطب‌ها و کلینیک‌هایی که از سوی خود دندان‌پزشکان اداره می‌شوند هم با هدف «عدم سود مالی» تأسیس نشده‌اند اما این سود به‌عنوان پیامدی خوشایند حاصل از «درمان بیماران» در نظر گرفته می‌شود و نه هدف اصلی از کار درمانی. به‌عبارت‌دیگر یک دندان‌پزشک قسم‌خورده که سال‌ها برای دندان‌پزشک‌شدن تلاش کرده، هرگز حاضر نیست تمام اعتبار و دانش خود را فدای سود مالی کند اما چنین شرایطی برای فردی که صرفا به قصد تجارت وارد این حوزه شده، صادق نیست. تبلیغات تجاری شبیه به آنچه در دندان‌پزشکی زیبایی رایج است، در سایر شاخه‌های پزشکی غیرقابل تصورند. جراح قلبی را تصور کنید که به مناسبت «بلک‌فرایدی»، برای جراحی‌های قلب باز «آفر شگفت‌انگیز ۳۰درصدی» را تبلیغ کند. چشم‌پزشکی را تصور کنید که به سه نفر از لایک‌کنندگان پست اینستاگرامی‌اش عمل آب مروارید رایگان هدیه بدهد. نفس حضور چنین سبکی از تبلیغات، جایگاه حرفه دندان‌پزشکی را در اذهان عمومی تخریب می‌کنند و آن را به یک تجارت صرف تقلیل می‌دهد. البته دندان‌پزشکان هم مانند تمام انسان‌های دیگر به دنبال کسب درآمد از شغل خود هستند و این خواسته‌ای کاملا مشروع است اما تخفیف‌های شبه‌رستورانی و «آفر»ها و «جشنواره»های زیبایی در درازمدت تأثیری به‌جز آسیب به حرفه دندان‌پزشکی نخواهند داشت.

چهار: بازگونکردن تمام واقعیت‌ها درباره درمان

دندان‌پزشکی شغلی است که در آن خدمتی به نام درمان فروخته شده و بابت آن پول دریافت می‌شود. در تمام حوزه‌های فروش کالا یا خدمات، تبلیغات شامل برجسته‌کردن نقاط قوت و چشم‌پوشی از نقاط ضعف است. برای مثال تولیدکننده یک خودروی کوچک، بدون اشاره به فضای کم آن خودرو، کم‌مصرف‌بودنش را برجسته می‌کند. صاحب یک رستوران گران‌قیمت، بدون اشاره به قیمت بالای غذاها، روی کیفیت بالای خدمات ارائه‌شده مانور می‌دهد. هیچ فرد منصفی نمی‌تواند به فروشندگان کالا یا خدمات خرده بگیرد که چرا در تبلیغات خود تمام حقیقت را ذکر نمی‌کنند. اما آیا می‌توانیم چنین دستورالعملی (برجسته‌کردن نقاط قوت و چشم‌پوشی از نقاط ضعف) را در دنیای تبلیغات درمان هم پیاده کنیم؟ پاسخ منفی است. مشاغل درمانی ذاتا با سایر مشاغل خدماتی تفاوت دارند. برخلاف سایر مشاغل خدماتی، وظیفه دندان‌پزشک صرفا آراستن ویژگی‌های مثبت و ارائه تصویر قابل‌قبول از درمان پیشنهادی نیست. دندان‌پزشک باید تمام مزایا و معایب درمان‌های پیشنهادی (از قبیل هزینه، دوام احتمالی، مقایسه با درمان‌های جایگزین، تعداد جلسات، مشکلات احتمالی کوتاه‌مدت و بلندمدت) را بدون هیچ‌گونه اغماضی به بیمار منتقل کند و ضمن بیان محدودیت‌های ذاتی درمان‌های دندان‌پزشکی، به او در انتخاب درمان صحیح یا حتی انتخاب «عدم انجام درمان» یاری برساند.

پرنده آبی

۱۴۰۰، سال اول قرن جدید نیست

مؤسسه ژئوفیزیک دانشگاه تهران بیانیه داد و تأیید و تأکید کرد ۱۴۰۰، سال اول قرن جدید نیست.در این بیانیه آمده است: «معنای قرن یا سده، یکصد سال است. هر تقویم یک مبدأ دارد و در عرف اولین سال هر تقویم سال یک محسوب می‌شود. روز اول نخستین قرن هجری خورشیدی، جمعه یک فروردین یک و روز پایان آن، سه‌شنبه ۲۹ اسفند ۱۰۰ است. روز اول قرن دوم هجری خورشیدی، چهارشنبه یک فروردین ۱۰۱ و روز آخر آن، یک‌شنبه ۲۹ اسفند ۲۰۰ است. قرن چهاردهم هجری خورشیدی، از روز چهارشنبه یک فروردین ۱۳۰۱، آغاز شده و روز یک‌شنبه ۲۹ اسفند ۱۴۰۰ به پایان خواهد رسید. بنابراین، روز اول قرن پانزدهم هجری خورشیدی، دوشنبه یک فروردین ۱۴۰۱ خواهد بود. همچنین زمان تحویل سال ۱۴۰۰ خورشیدی روز شنبه ۳۰ اسفند ۱۳۹۹ ساعت ۱۳ و هفت دقیقه و ۲۸ ثانیه اعلام شده است». هرچند نظر کاربران در شبکه‌های اجتماعی خلاف این بود و به شدت عصبانی شدند و طلبکارانه پرسش کردند که چرا این بیانیه اواخر سال داده شده است نه از همان هنگام که مدام بسیاری بر این موضوع اصرار داشتند. عده‌ای هم با تمسخر نوشتند حالا یک سال وقت هست تا دوباره همه بازی «آخرین‌های قرن» را ادامه داد؛ آخرین عید قرن، اولین روز بهار آخرین سال قرن، آخرین اردیبهشت قرن، آخرین یلدا و آخرین ولنتاین قرن و بعد رفت به قرن جدید. سؤال بسیاری این بود «واقعا دانشگاه تهران لازم بود تأکید کند؟» یکی نوشته بود: «خیلی ساده است، آرایه نیست که از صفر شروع بشه، از یک شروع می‌شه، پس ۱۴۰۰ هنوز تو قرن قبلی است. از یک تا ۱۰ بشماری، وقتی میرسی به ۱۰، هنوز انگشتات تموم نشده، هنوز تو همون دهه هستی، قرن هم همین‌جور». دیگری توضیح داده بود « تقویم و ریاضی این است، سال صفر نداریم و تقویم از ۱/۱/۱ شروع می‌شه نه از ۱/۱/۰ و پایان اولین صدسال می‌شه پایان سال ۱۰۰ و آغاز سده دوم می‌شه آغاز سال ۱۰۱». به‌هرحال انگار عموم مردم ترجیح می‌دهند آخرین سال سده رو جزء سده بعدی در نظر بگیرند؛ چون رقم‌های اول یکی است دیگری به تجربه اروپایی‌ها درباره سال ۲۰۰۰ میلادی اشاره کردند.