

داده‌های «خانومی» از سالی می‌گوید که در آن خرید متوقف نشد، اما شکلش تغییر کرد

پناه‌بردن به «روتین» در روزهای جنگ

در جنگ دوم، «استرس» شش برابر بیشتر از جنگ اول جست‌وجو شد

در روزهای جنگ و بحران، تاب‌آوری همیشه در تصمیم‌های بزرگ و قهرمانانه دیده نمی‌شود؛ گاهی در همان عادت‌های کوچکی شکل می‌گیرد که اجازه می‌دهند زندگی روزمره، با همه بی‌ثباتی‌ها، ادامه پیدا کند. داده‌های گزارش «دو جنگ و یک اینترنت خاموش» پلتفرم «خانومی» از رفتار خرید زنان در سال ۱۴۰۴ نشان می‌دهد که در روزهای جنگ، مراقبت از خود یکی از همین عادت‌ها بوده است. جست‌وجوی محصولات «آرام‌بخش» در خانومی ۹۵۶ درصد و جست‌وجوی محصولات مربوط به «استرس» ۵۵۵ درصد افزایش یافته؛ یعنی تقاضا برای محصولات مرتبط با آرامش و اضطراب به‌ترتیب بیش از ۱۰ و شش برابر شده است. اگر در ادبیات بازار از «اثر رُلب» برای توضیح خرید یک خوشی کوچک در روزهای

سالی که سه بار ریتیم زندگی شکست

گزارش خانومی، سال ۱۴۰۴ را با سه نقطه بحرانی روایت می‌کند: ۲۳ خرداد، آغاز جنگ ۱۲ روزه و قطع اینترنت برای تقریباً هشت روز؛ ۱۸ و ۱۹ دی، اعتراضات دی‌ماه و خاموشی اینترنت برای تقریباً ۲۰ روزه؛ و ۹ اسفند، آغاز جنگ دوم که بیش از دو ماه ادامه یافت و اینترنت هم برای ۸۸ روز قطع شد. اما در هر سه مقطع، آنچه تجربه خرید را متوقف کرد، فقط خود بحران نبود؛ «قطع دسترسی به اینترنت» بود. در ۲۷ خرداد، هم‌زمان با قطعی اینترنت و حملات سایبری به بانک‌ها، دسترسی اینترنت زیر سه درصد گزارش شده و در ۱۹ دی به زیر یک درصد رسیده است. در ۱۰ اسفند، روز دوم جنگ دوم نیز دسترسی به صفر درصد رسید. داده‌های ثبت سفارش در خانومی نشان می‌دهند سقوط خرید در همان روز با حداکثر یک روز بعد از قطعی رخ داده و به کف سال رسیده است. در دو نقطه مشخص، این سقوط حتی در اوج ساعات خرید اتفاق افتاد: ساعت ۱۸ روز ۲۷ خرداد و ساعت ۱۲ روز ۹ اسفند. در اولی، اختلال گسترده در زیرساخت‌های بانکی مسیر پرداخت را بست و در دومی، انتشار خبر حمله نظامی و انفجار ساعت ۱۰ صبح، اولویت ذهنی کاربران را از خرید اتلایب به تأمین امنیت تغییر داد.

تهران: جایی که ۹۵ درصد خرید در دو روز ناپدید شد

تهران در این روایت یک استثناست. گزارش می‌گوید نزدیک به ۹۵ درصد از حجم روزانه معمول پایتخت رسماً در دو روز از سال ناپدید شد: ۲۸ خرداد، پنج روز پس از هشدار «فورا تخلیه کنید» و ۱۰ اسفند، یک روز پس از بزرگ‌ترین شوک جنگ دوم؛ زمانی که ساکنان تهران میان ماندن و رفتن سرگردان بودند. اما مهم‌تر از سقوط خرید، نحوه بازگشت آن بود. در جنگ ۱۲ روزه، چهار تا پنج روز پس از آتش‌بس و اتصال دوباره اینترنت، زمان سپری شد تا خرید روزمره به میانگین سال برگردد. در موج دوم اتفاقات در سال ۱۴۰۴ به

درصد افزایش یافته

دنبال اعتراضات دی‌ماه، رفتار خرید افسرد متفاوت بود؛ از ۱۹ تا ۲۹ دی، خلوت‌ترین روزهای سال در خانومی رقم خورد، اما در ۲۹ دی، بیش از بازیابی کامل شبکه، خرید دوباره به مدار برگشت. با این حال در جنگ دوم، وضعیت از هر دو دوره متفاوت‌تر شد و در روز عادی سال ۱۴۰۴ و با وجود نزدیکی به نوروز میزان خریدها هرگز به زمان مشابه در سال قبل یا حتی ماه قبل از آن بازنگشت. همین تفاوت یک نتیجه مهم برای اکوسیستم تجارت الکترونیک را نشان می‌دهد: «اتصال دوباره» برعکس سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۴۰۱ که هم‌زمان با بحران اینترنت هم قطع شد، دیگر لزوماً سیگنال قابل اتکالی برای بازگشت فروش نیست. حالا به نظر می‌رسد با توجه به شرایط پیچیده اقتصادی، ریزش تجارت الکترونیک بعد از قطعی اینترنت فوری و ماندن گذشته نیست، حالا بازگشت به خرید قاعده ثابتی ندارد؛ گاهی به وصل‌شدن اینترنت گره می‌خورد و گاهی مستقل از آن اتفاق می‌افتد.

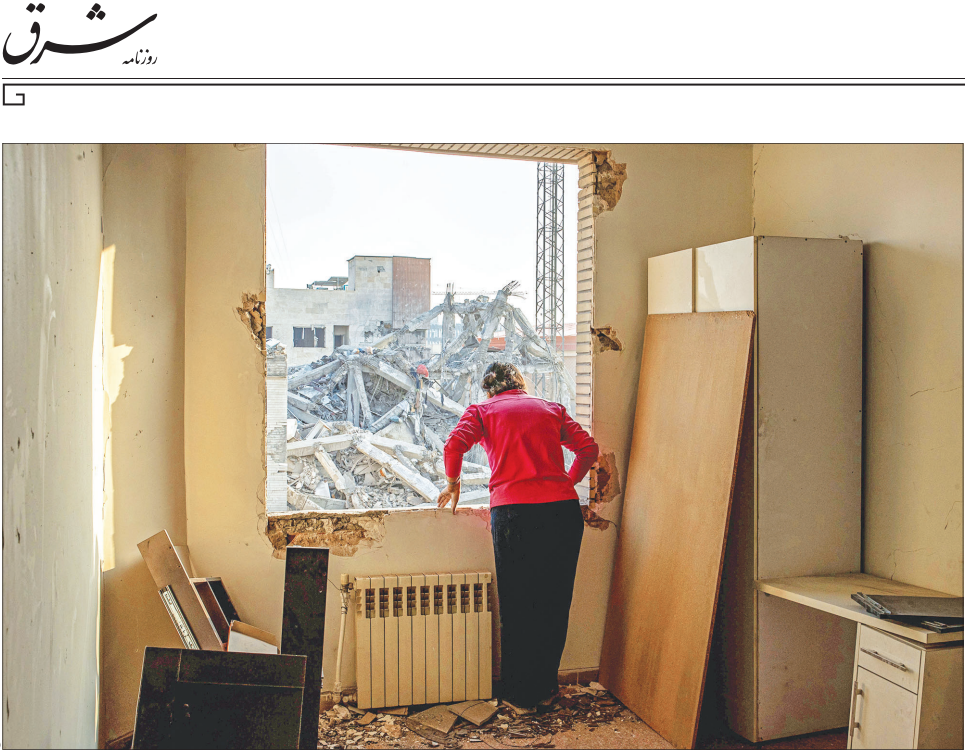
ادامه ارتباط پراکنده با قطع‌شدن اینستاگرام خاموشی اینترنت فقط مسیر خرید را هدف قرار نداد، بلکه مسیر ارتباط برند و مشتری را هم متوقف کرد. برای نمونه یکی از راه‌های ارتباطی کاربران با برندها، استفاده از صفحه رسمی این شرکت‌هاست که طبیعتاً با قطع اینترنت و غیرقابل دسترس‌شدن اینستاگرام، این راه ارتباطی هم از بین می‌رود. گزارش سال ۱۴۰۴ «خانومی» نشان می‌دهد صفحه اینستاگرام «خانومی‌شاپ» پس از پست سوم ژانویه (۱۳ دی) روز پدر، به مدت ۸۸ روز عملاً ساکت ماند و بازدیدبروفاول و اکاژت در دو نزدیک به ۹۰ درصد نسبت به ۸۸ روز پیش از آن افت کردند. اما ارتباط کاملاً قطع نشد؛ کانال بله راه افتاد، محتوای تصویری سایت بیشتر شد و فعالیت در آپارات افزایش پیدا کرد. در همین دوره، تعداد دنبال‌کنندگان آپارات از هزارو ۷۰۰ به دو هزارو ۵۰۰ رسید و بازدید ویدئوهای «جعبه جادویی» سایت خانومی‌شاپ نسبت به دو ماه پیش از جنگ دوم ۱۴ برابر شد. این جایگزینی البته به معنای پیداشدن یک معادل برای اینستاگرام نبود. گزارش در این زمینه به‌صراحت می‌گوید: «وقتی یک کانال ارتباطی شکست، جایگزینش یک کانال دیگر نبود، بلکه پرگندگی به‌دلیل نبود یک سرویس با پلتفرم داخلی معین و مشخص با کارایی بالا بود. در واقع چند مسیر موازی داخلی که هرکدام ناقص‌تر از کانال اصلی بودند. نه بله جای اینستاگرام را گرفت و نه پیامک جای صفحه جست‌وجوی گوگل را».

عقب‌گرد به پیامک و تماس تلفنی

در دو بازه از سال، مسیر معمول ورود مستقیم به سایت خانومی به دلیل محدودیت‌های اینترنتی تقریباً از بین رفت؛ یک بار حوالی دی‌ماه و بار دیگر از اواخر بهمن تا اواخر فروردین ۱۴۰۵. در هر دو بازه، ترافیک ورودی سایت تقریباً به صفر رسید. این شرایط فقط مختص «خانومی» نبود، بسیاری از سرویس‌ها با این مشکل مواجه بودند. در نتیجه کسب‌وکار برای جریان ازبین‌رفتن این راه ارتباطی اصلی، به پیامک انبوه با آدرس مستقیم سایت متوسل شد؛ مسیری پرهزینه که خود آن نیز در روزهای متوالی به‌دلیل ممنوعیت سراسری ارسال پیامک مسدود بود. در میان این اختلال‌ها، تماس تلفنی تنها مسیر ارتباطی بود که در روزهای جنگ متصل باقی‌ماند. اما حتی این مسیر هم تغییر ماهیت داد. در جنگ اول، تماس‌ها بیشتر درباره کارهای روتین مانند ویرایش سفارش بود؛ در جنگ دوم، لغو سفارش به موضوع پرتکرارتری تبدیل شد و در نهایت اختلال و نوسان در حمل‌ونقل، تأخیر پست در ارسال سفارش‌ها را به اصلی‌ترین موضوع تماس‌های امور مشتریان تبدیل کرد.

اضطراب از خبر به مراقبت از پوست رسید

داده‌های جست‌وجو در این گزارش فقط از خرید نمی‌گویند؛ از حال مصرف‌کننده هم خبر می‌دهند. گزارش با استفاده از Google Trends هشدار می‌دهد این داده‌ها کامل نیستند: در خاموشی ۸۸روزه، نزدیک به ۴۸ روز دسترسی به گوگل تقریباً به صفر رسید، بنابراین روندهای جست‌وجو در این بازه از جمعیتی کوچک‌تر از کاربران معمول گوگل به دست آمده‌اند. با همین احتیاط، یک نشانه در داده‌ها برجسته است: جست‌وجوی عبارت «قرص بی‌خیالی و ضد‌استرس» در پنج سال اخیر بیش از پنج هزار درصد رشد کرده و گوگل آن را با برچسب «Breakout» مشخص کرده است. در مقایسه جست‌وجوی «اخبار جنگ» و «جوش» باید گفت با فروکش‌کردن جست‌وجوی اخبار جنگ، جست‌وجوی در مورد جوش همان مسیر را طی نکرده است. در خود خانومی، تغییر حتی ملموس‌تر است. در جنگ اول، «ریزش مو» و «جوش» پرتکرارترین نگرانی‌های کاربران بودند؛ در جنگ دوم، جوش از ریزش مو جلو‌زد. جست‌وجوی «آرام‌بخش» ۹۵۶ درصد، «استرس» ۵۵۵ درصد، «جوش» ۲۴۳ درصد، «ریزش مو» ۱۳۲ درصد، «خواب» ۱۱۷ درصد، «اقتصادی» ۱۱۴ درصد و «پوست حساس» ۱۱۳ درصد رشد کرد.



عکس: مصطفی‌زاد

کوچک‌تر شده است. مداد و خط لب، که میانگین قیمتش نزدیک به یک سوم رُلب است، بیشترین جهش فروش تعدادی را در دو ماه جنگ دوم نسبت به دو ماه قبل از آن ثبت کرد: ۵۰.۵ درصد رشد. پس از آن، موچین و قیچی ابرو با ۲۲.۱ درصد و تیغ ابرو با ۱۹.۴ درصد رشد، قرار گرفتند. در سمت مقابل، فروش گرم‌پودر ۳۲.۱ درصد، پنکک ۳۰.۶ درصد و ریمل ۲۵.۲ درصد کاهش داشت.

از دست‌دادن مشتریان تازه

در شرایط نااطمینانی، حتی رشد کسب‌وکار هم معنای دیگری پیدا کرد. سهم کاربران بازگشتی از جنگ اول به جنگ دوم نزدیک به ۱۷ درصد رشد کرد. گزارش می‌گوید اگر جنگ دوم اتفاق نیفتاده بود و همان روند مدت مشابه سال قبل تکرار می‌شد، تعداد کاربران جدید در بازه ۱ اسفند ۱۴۰۴ تا ۳۱ فروردین ۱۴۰۵ ۶۳ درصد بیشتر از عدد فعلی ثبت می‌شد. در واقع، در ناظم‌ن‌ترین روزهای سال، کاربر به چیزی برگشت که از قبل می‌شناخت و کسب‌وکار هم بیشتر روی نگه‌داشتن همان مشتری سرمایه‌گذاری کرد تا جذب مشتری تازه.

تغییر جغرافیای خرید

تغییر رفتار مصرف‌کننده روی نقشه هم دیده شد. تهران و اصفهان، دو قطب همیشگی خانومی، در هر دو جنگ افت کردند. در جنگ اول، فارس و خراسان رضوی بیشترین جهش سهم را با رشدی بین ۱۱ تا ۱۶ درصد داشتند. در جنگ دوم، تصویر روشن‌تر شد: سهم گیلان، مازندران و لرستان هرکدام بین ۲۱ تا ۲۹ درصد رشد کرد؛ تقریباً دو برابر جنگ اول. گزارش این سه استان را در زمره مقصدهای اصلی خروج از تهران در آن بازه قرار می‌دهد. این جابه‌جایی در داده‌های یک پلتفرم تجارت الکترونیک، رد تغییر جغرافیای زندگی در بحران را هم نشان می‌دهد؛ جایی که کاهش سهم تهران و افزایش سهم استان‌های مقصد خروج، هم‌زمان با تغییر الگوی حضور و خرید کاربران رخ می‌دهد. این گزارش درباره بازگشت به «رو‌های عادی» نیست؛ درباره این است که در بحران، خود تعریف روز عادی تغییر می‌کند. زندگی متوقف نمی‌شود، اما دیگر با همان ریتیم قبلی ادامه پیدا نمی‌کند. داده‌های خانومی نشان می‌دهند در فاصله میان اتصال و انسداد، صدای موشک و انفجار، مصرف‌کننده و کسب‌وکار هر دو راهی برای ادامه پیدا کرده‌اند؛ نه لزوماً با بازگشت به نقطه قبل، بلکه با ساختن یک جریان حداقلی تازه.

آگهی قانون تعیین تکلیف اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی شهرستان ازنا-سری (۳۸۳) جمعی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی ،املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی ازنا مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل در دو نوبت آگهی می‌گردد. در صورتی که هرکس نسبت به صدور سند مالکیت بنام متقاضیان اعتراض داشته باشد می تواند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را کتباً به اداره ثبت اسناد واملاک محل تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خودرا به مراجع محترم قضایی تقدیم وگواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نماید، در صورتی کهاعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست .تاریخ انتشار نوبت اول : (۱۴۰۵/۰۶/۱۶) نوبت دوم: (۱۴۰۵/۰۶/۳۱)

۱ – تقاضای «عبدالحسین حسینی سر بیشه» فرزند «حسین» نسبت به «ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی مشتمل به رهن» بمساحت «۱۱۵۹۹۸۱» مترمربع تحت پلاک شماره «۲۲۲» فرعی از «۴۹» اصلی واقع در بخش «۲» خروجی از مالکیت مالک اولیه «خودش»

۲- تقاضای «عبدالحسین حسینی سر بیشه» فرزند «حسین» نسبت به «ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی مشتمل به رهن» بمساحت «۷۶۴۷،۵۲» مترمربع تحت پلاک شماره «۲۲۳» فرعی از «۴۹» اصلی واقع در بخش «۲» خروجی از مالکیت مالک اولیه «خودش»

۳- تقاضای «عبدالحسین حسینی سر بیشه» فرزند «حسین» نسبت به «ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی مشتمل به رهن» بمساحت «۱۳۳۳۶،۵۹» مترمربع تحت پلاک شماره «۲۲۳» فرعی از «۴۹» اصلی واقع در بخش «۲» خروجی از مالکیت مالک اولیه «خودش»

۴ – تقاضای «عبدالحسین حسینی سر بیشه» فرزند «حسین» نسبت به «ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی مشتمل به رهن» بمساحت «۵۰۸۶،۳۵» مترمربع تحت پلاک شماره «۲۲۴» فرعی از «۴۹» اصلی واقع در بخش «۲» خروجی از مالکیت مالک اولیه «خودش»

۵ – تقاضای «سعید خدادادی» فرزند «غلامحسین» نسبت به «ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی» بمساحت «۱۳۵،۰۰» مترمربع تحت پلاک شماره «۱۸۷۲۷» فرعی از «۳۰» اصلی واقع در بخش «۲» خروجی از مالکیت مالک اولیه «محمد نبی حموله»

۶- تقاضای «علیرضا بیات» فرزند «محمد نقی» نسبت به «ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی» بمساحت «۲۸۸۰» مترمربع تحت پلاک شماره «۱۸۷۲۲» فرعی از «۳۰» اصلی واقع در بخش «۲» خروجی از مالکیت مالک اولیه «نعمت اله بیاتیان»

۷ – تقاضای «مریم لک» فرزند «له قلی» نسبت به «ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی» بمساحت «۹۵۶۸۳،۵۴» مترمربع تحت پلاک شماره «۱۳۲» فرعی از «۲۵» اصلی واقع در بخش «۲» خروجی از مالکیت مالک اولیه «ناصر لک»

۸ – تقاضای «سعید زمانی را» فرزند «عبدالحسین» نسبت به «ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی» بمساحت «۶۶۰۰» مترمربع تحت پلاک شماره «۱۸۷۴۴» فرعی از «۳۰» اصلی واقع در بخش «۲» خروجی از مالکیت مالک اولیه «ذبیح اله بهادری»

۹ – تقاضای «مصطفی علی ابادی» فرزند «وجیه اله» نسبت به «ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی» بمساحت «۲۵۰۰،۰۰» مترمربع تحت پلاک شماره «۱۴۶» فرعی از «۷۰» اصلی واقع در بخش «۱» خروجی از مالکیت مالک اولیه «مجتبی مهری خوانساری»

۱۰- تقاضای «مهدی ازنائی» فرزند «عبداله» نسبت به «ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی» بمساحت «۶۴۶۱۴،۱۴» مترمربع تحت پلاک شماره «۱۳۳» فرعی از «۲۵» اصلی واقع در بخش «۲» خروجی از مالکیت مالک اولیه «عبداله ازنائی» شناسه : ۲۲۵۷۵۴۹

سیدرضا بطحائی

رییس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان ازنا ۴۰۵۶

وقتی کودک لامرد، میناب و کوهستک قربانی جنگ می‌شود، دیگر نمی‌توان آمریکا را فقط از قاب هالیوود، شبکه‌های خبری و واژه‌های پرطمطراق «آزادی» و «حقوق بشر» دید. نسبت ما با آمریکا چیست؟ شاید وقتش رسیده باشد که این پرسش را یک بار دیگر، اما این‌بار بدون تعارف و بدون پیش‌فرض‌های قدیمی، از خودمان بپرسیم. آمریکا سال‌هاست فقط با قدرت نظامی و اقتصادی خود بر جهان اثر نمی‌گذارد؛ قدرت بزرگ‌ترش جایی دیگر است؛ قدرت روایت. قدرت اینکه خودش را چگونه تعریف کند و دیگران چگونه او را ببینند. آزادی، دموکراسی، حقوق بشر، امنیت، دفاع از انسان، واژه‌هایی که آن‌قدر تکرار شده‌اند که گاهی خودشان جای واقعیت را گرفته‌اند. اما سیاست، آنجا که پای کودک به میان می‌آید، دیگر نمی‌تواند پشت واژه‌ها پنهان شود. بگذارید این‌بار آمریکا را نه از پشت تریبون‌های سیاسی، نه از قاب هالیوود و نه از زبان سخنگویانش، بلکه از پشت چشم‌های یک کودک ببینیم. کودک لامرد. کودک میناب. کودکان کوهستک.

کودک‌دانی که قرار نبود در هیچ معادله‌ای حضور داشته باشند. اما ناگهان خودشان «هزینه» که معادله سیاسی شدند. کودک چه می‌داند تحریم چیست، بازاردنگی چیست، ژئوپلیتیک چیست، یا واشنگتن و تهران و تل‌آویو چه تصمیمی گرفته‌اند؟ او فقط می‌خواست زنده بماند، به مدرسه برود، بازی کند، بزرگ شود، و شاید روزی خودش تصمیم بگیرد که چه کسی باشد. اما جنگ آینده را از او گرفت. اینجاست سال‌هاست اخلاقی و سیاسی، به‌مراتب بزرگ‌تر از تمام مناقشات دیپلماتیک، پیش‌رویمان قرار می‌گیرد: اگر آمریکا مدعی دفاع از انسان است، آن «انسان» در میدان جنگ دقیقاً چه کسی است؟ آیا انسان فقط زمانی انسان است که در جغرافیای مطلوب سیاست خارجی آمریکا زندگی کند؟ آیا خون یک کودک در اروپا، آمریکا یا خاورمیانه ارزش‌های متفاوتی دارد؟ اگر پاسخ «نه» است، پس چرا جهان در برابر مرگ کودکان این چنین دگانه رفتار می‌کند؟

مشکل ما با مردم آمریکا نیست؛ این تمایز باید روشن باشد. مسئله، نقد یک سیاست و یک ساختار قدرت است؛



سازمان حفاظت محیط زیست

تلفی کند، بلکه بفهمد که دولت آمریکا، سیاست خارجی آمریکا و ماشین نظامی آمریکا با باید با نتیجه اعمالش سنجید. و نتیجه، وقتی پای کودکان به میان می‌آید، دیگر قابل تفسیر بی‌پایان نیست.

کودک لامرد یک عدد نیست. کودک میناب یک عدد نیست. کودک کوهستک یک عدد نیست. هرکدام یک جهان بوده‌اند؛ جهانی که برای خانواده‌شان با یک انفجار، یک حمله، یک تصمیم سیاسی، به پایان رسیده است. اینجاست که شاید جامعه ایران باید یک بار دیگر به تصویر خود از آمریکا نگاه کند. آیا هنوز همان تصویری را می‌بینیم که سال‌ها برایمان ساخته شده؟ آیا هنوز «آمریکای آزادی» را از «آمریکای قدرت» جدا نکرده‌ایم؟ آیا هنوز می‌توانیم درباره حقوق بشر حرف بزنیم، بی‌آنکه از خود بیرسمیم حقوق بشر، در لحظه‌ای که بمب فرود می‌آید، کجاست؟ این بازنگری، البته، نباید به نفرت کور منتهی شود. اتفاقاً جامعه‌ای که می‌خواهد بالغ سیاسی باشد، باید بتواند هم‌زمان دو حقیقت را ببیند: مردم آمریکا با سیاست دولت آمریکا یکی نیستند؛ اما سیاست دولت آمریکا نیز نمی‌تواند پشت نام مردم آمریکا پنهان شود. این همان مرزی است که باید روشن شود.

امروز مسئله فقط آمریکا نیست؛ مسئله استانداردهای دوجانهای است که جهان سیاست را گرفتار کرده، جایی که بعضی کودکان قربانیان جنگ‌اند و بعضی دیگر «خسارت جانی». این واژه‌ها شاید برای اتاق‌های عملیات مناسب باشند، اما برای مادری که کودک‌ها را از دست داده، هیچ معنای ندارند. برای او خسارت جانی وجود ندارد؛ فرزند وجود دارد. و شاید این ساده‌ترین و در عین حال عمیق‌ترین نقطه‌ای باشد که جامعه ایران می‌تواند از آنجا به آمریکا نگاه کند: نه از پشت عینک نفرت، نه از پشت عینک شیفنگی، بلکه از پشت چشم‌های یک کودک. چشمانی که دیگر نیستند تا از ما بپرسند: چرا من؟

شاید پاسخ همین پرسش، بیش از صدها کتاب سیاسی و هزاران ساعت مناظره، بتواند نسبت واقعی ما با آمریکا را روشن کند؛ زیرا وقتی کودک قربانی می‌شود، دیگر مسئله این نیست که چه کسی روایت را برده، بلکه این است که چه کسی مسئول واقعیت است.