

روزنامه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، ورزشی صبح ایران

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مهدی رحمانیان

نشانی: تهران: میدان فاطمی، خیابان بهرام‌مصری، پلاک ۲۲ • تلفن:۵۴ و ۸۸۹۳۶۲۷۰ • نمابر: ۸۸۹۲۵۴۶۷

تلفن آگهی‌ها: ۸۶۰۳۶۱۱۹ • تلفن امور آگهی‌های شهرستان‌ها: ۷-۴۴۰۱۹۸۰۵ • تلفن امور مشترکین: ۸۸۹۰۳۵۴۸

توزیع: شرکت پیام‌رسان سبز • تلفن: ۶۶۲۸۷۳۴۴ • چاپ: صمیم

شترت روزنامه

پنجشنبه ۱۶ مرداد ۱۴۰۴ • ۱۳ صفر ۱۴۴۷ • ۷ آگوست ۲۰۲۵ • سال بیست‌ویکم • شماره ۵۱۷۶ • ۱۲ صفحه اذان ظهرتهران ۱۲:۱۰ • اذان مغرب ۱۹:۲۲ • اذان صبح فردا ۳:۴۳ • طلوع آفتاب ۵:۱۸

یادداشت

خبرنگاری در عصر روایتگری



علی مرسلی

در روزگاری نه‌چندان دور، خبرنگاری حرفه‌ای با مشخصه‌هایی چون کارت شناسایی، تحریریه، سردبیر و پشتوانه نهادی تعریف می‌شد. خبرنگار، حلقه واسط بین واقعیت و افکار عمومی بود. اما امروز، در سایه گسترش فضای مجازی، مفاهیمی تازه مانند «هر شهروند، یک رسانه» یا «شهروند-خبرنگار» وارد ادبیات رسانه‌ای ما شده است. حالا هر فردی با یک گوشی هوشمند و دسترسی به اینترنت می‌تواند روایتگر باشد، محتوایی تولید کند و برای بخشی از جامعه، به عنوان منبع خبری نیز شناخته شود.

افراد بسیاری در شبکه‌های اجتماعی حضور دارند که خبرنگار یا روزنامه‌نگار نیستند، اما دامنه تأثیرگذاری‌شان گاه از رسانه‌های رسمی بیشتر است. همین پدیده سبب شده برخی به این تصور برسند که روزنامه‌نگاری حرفه‌ای در مسیر افول است؛ گویی دیگر حقیقت اهمیت ندارد، بلکه این روایت‌ها هستند که تعیین‌کننده‌اند.

اما روایت‌های مجازی که توسط کاربران عادی منتشر می‌شوند، لزوما معتبر و قابل استناد نیستند. گذشته از اینکه در آینده‌ای نه‌چندان دور ممکن است با حساب‌های کاربری مبتنی بر هوش مصنوعی و نه انسان واقعی مواجه باشیم، همین امروز نیز بسیاری از اینفلوئنسرها، تولیدکنندگان محتوا یا «خبرپردازان» فاقد صلاحیت‌ها و تعهدات حرفه‌ای برای انتقال حقیقت‌اند.

شاید شما هم در تجربه زیسته خود کسانی را بشناسید که تصویر مجازی‌شان با واقعیت زندگی‌شان تفاوتی فاحش دارد؛ کسانی که داستان‌هایی ساختگی از مسیر زندگی خود روایت می‌کنند، مثل بزرگ شدن در فقر و رسیدن به ثروت از طریق تلاش فردی در حالی که در واقعیت از ابتدا در خانواده‌ای مرفه متولد شده‌اند. حتی روایت‌های حقیقی نیز به دلیل زاویه دید فردی، ناقص و ناکامل‌اند؛ چه رسد به روایت‌هایی که عامدانه برای جذب توجه یا تحریک احساسات ساخته شده‌اند.

با گسترش محتوای سفرششی، اخبار اسپایسرشده و تولیدات نمایشی، مخاطب در مواجهه با محتوا دچار نوعی سردرگمی است. او نمی‌داند چه چیزی خبر است و چه چیزی صرفا یک درامای طراحی‌شده برای مصرف در شبکه‌های اجتماعی. حتی ماهیت خبر نیز تغییر کرده است؛ امروزه بسیاری از سوزه‌ها، فارغ از اهمیت واقعی‌شان، صرفا به دلیل ظرفیت وایرال شدن، به تیر تبدیل می‌شوند. بدون آنکه در نظام کلاسیک ارزش‌های خبری، واجد وزن کافی باشند. با این‌همه، آیا این تحولات به معنای پایان روزنامه‌نگاری حرفه‌ای است؟ پاسخ قطعا منفی است. خبرنگاری حرفه‌ای، که در ذات خود متعهد به نزدیک‌ترین برداشت حقیقی از میان تکتگر روایت‌هاست، در عصر اشباع روایت‌های جعلی، اغراق‌شده، هدفمند و ایمپرشن‌محور، بیش از هر زمان دیگری ضرورت دارد. ابزارها تغییر کرده‌اند، اما رسالت پابرجاست: خبرنگاری مسئولانه، تحلیلی، بی‌طرف و مستند نه‌تنها از میان رفته، بلکه برای جامعه‌ای که حقیقت را کم کرده، حیاتی‌تر از همیشه است.

خبرنگار امروز شاید دیگر در تحریریه نشینند و قلاب چاپی نیز فعالیت نکند، اما همچنان شاهد حاضر با غایب متعهد به حقیقت است؛ نه صرفا راوی روایت‌ها. او با تکیه بر روش تحقیق، بررسی منابع و رعایت اصول حرفه‌ای، روایت‌های فردی و اجتماعی را به گزارش‌هایی مستند و قابل اتسکا تبدیل می‌کند. در دنیایی که هر کسی می‌گوید «این داستان من است»، روزنامه‌نگار حرفه‌ای می‌پرسد: خط سیر حقیقت در میان این روایت‌ها کدام است و این روایت‌ها برپایه چه منابعی استوارند؟

برای اثبات ضرورت خبرنگاری متعهدانه در عصر ما، نیازی به استدلال‌های پیچیده نیست؛ کافی است در کوچه و خیابان قدم بزنید و چهره مردم، به‌ویژه زنان این سرزمین را ببینید. تأثیر خبرنگارانی که در شکل‌گیری آگاهی عمومی و ثبت روایت‌های تاریخی، نمونه‌ای درخشان از روزنامه‌نگاری متعهد در سخت‌ترین شرایط است. پیکر نیمه‌جان این نوع روزنامه‌نگاری، برای ما، زندگی ما و نسل آینده ما، نجات‌بخش و نودببخش رسنگاری است.

خبرنگاری از آن حرفه‌هایی است که وقتی واردش می‌شوی، دیگر به‌سختی می‌توان از آن بیرون آمد. حرفه‌ای که نه‌تنها شغل، که شیوه‌ای برای دیدن و زیستن است. سال‌ها در تحریریه‌های شلوغ، پشت میزهایی که همیشه کاغذ، قلم، ضبط صوت و لیوان جای نیمه‌خورده رویشان بود، روز و شب گذرانده‌ایم. جایی که گذر زمان در آن معنای خودش را از دست می‌دهد؛ روز و شب به هم می‌رسند و تقویم در هیاهوی خبر کم می‌شود.

خبرنگاری یعنی زندگی در ضربه‌نگ اتفاق‌ها؛ یعنی آن‌قدر در جریان رویدادها غرق بودن که گاهی فراموش می‌کنی بیرون از اتاق خبر، زندگی دیگری هم جریان دارد. خبر همیشه پیش از تو بیدار می‌شود و حتی وقتی تو خواب هستی. در این سال‌ها، لحظه‌های بسیاری بوده که مثل عکسی در ذهنم حک شده‌اند. نشستن در سالی‌های کثفرانس شلوغ و تلاش برای شنیدن یک جمله مهم میان صد‌ها کلمه بی‌اهمیت. دویدن در هیاهوی انتخابات برای گفت‌وگو با کاندیدای محبوبی؛ یا دویدن از یک خیابان به خیابان دیگر برای رسیدن به صحنه یک رویداد و...؛ اینها فقط تصوری‌ها گذرا نیستند، بلکه بخشی از زندگی روزمره خبرنگارند. در هر تحریریه‌ای، صد‌ها درهم می‌آمیزند: تق‌تق کیبورد‌ها، زنگ تلفن، گفت‌وگوهای کوتاه میان همکاران و گاهی خنده‌های ناگهانی وسط فشار کار. میان این همه سروصدا، خبرنگار باید داستان خودش را پیدا کند. هر گزارش و هر خبر، روایتی تازه است که از دل این آشوب بیرون کشیده می‌شود. خبرنگاری یعنی بودن در میانه میدان؛ چه میدان یک بحران طبیعی باشد، چه یک رویداد فرهنگی، چه یک نشست خبری رسمی. خبرنگار شاهد است، اما فقط شاهد خاموش نیست. باید دیده‌هایش را روایت کند، با همه دقت و مسئولیت. کلمه‌ها ابزار او هستند؛ ابزارهایی که باید درست و بیجا به کار گرفته شوند. قدرت کلمه را هر خبرنگار با کوشش و پوستش حس کرده است. یک تیرتی می‌تواند موجی از واکنش‌ها

روز هفدهم مرداد به نام خبرنگار نام‌گذاری شده است. به لحاظ تاریخی، نام‌گذاری این روز معلول یک واقعه جنگی است. اکنون در شرایطی که کشور از یک جنگ ۱۲ روزه عبور کرده و هنوز چشم‌اندازی برای ادامه مسیر ارائه نشده، چه وظایفی برای خبرنگاران و روزنامه‌نگاران می‌توان متصور بود؟ در کشور ما دو دسته خبرنگار وجود دارد: دسته اول منتسب به رسانه موسوم به ملی و همچنین شبکه‌های خبری-رسانه‌ای نزدیک‌تر به سازمان‌های رسمی هستند. در زمان لازم، اجازه عبور از برخی خطوط را دارند و از پشتیبانی و حمایت‌های لازم برخوردار هستند. اما گروه دیگر مستقل‌تر و صرفا به توانایی‌های حرفه‌ای خود متکی هستند و پشتوانه‌های خاص ندارند. هرکدام از این دو گروه روایت‌های خاص خود را از موضوعات می‌سازند که گاهی تفاوت زیادی دارند.

باید این واقعیت را قبول کرد که ارائه یک روایت و انحصارگری مطلق حول آن روایت نمی‌تواند منجر به پذیرش آن شود؛ حتی اگر به ضرب و زور بخواهد «روایت اول» را به دست بدهد. فقط هنگامی چنین امکانی وجود دارد که همه عوامل و روایت‌سازان صحنه رسانه‌ای به صورت متفق‌القول اراده به پذیرش و تأیید آن روایت کنند. این اتفاق در همین جنگ ۱۲روزه افتاد. طی یک توافق نانوشته میان همه روایت‌سازان رسانه‌ای از هر طیف و جناح و سلیقه، تجاوز اسرائیل محکوم شد و همه خبرنگاران و روزنامه‌نگاران ایستادند و از تمامیت ایران دفاع کردند.

انتظار می‌رفت وقتی محوری برای توافق جامع پیدا شده است، همگان به آن متشبث شوند و وحدت کامل و حفظ خود را حول آن حفظ کنند؛ چراکه شرایط کشور هنوز عادی نشده و هرآینه احتمال اشتعال نانه جنگ وجود دارد. این گمان می‌رفت که اکنون به خبرنگاران بر حل مسائل پیچیده و فوری اعتماد شده و با توسل به این خبرنگاران دست رانت‌خوارهای خبری را ببندند و مسیر اصلاح خبر را بهبود بدهند. بازنمایی اساسا «تحمیلی» نیست، بلکه فرایندی اجتماعی است که وابستگی تمام‌عیاری به مشارکت‌کنندگان دارد که به یکدیگر اعتماد داشته و همدیگر را به رسمیت بشناسند. بازنمایی فقط هنگامی به درجه اثربخشی خود می‌رسد که چرخش معانی بین مردم با کنش‌های آنها یکپارچه و تلفیق شده و در حصار روش‌های مادی زندگی قرار گیرد. از این طریق است که دیگران هم آن را واجد معنا خواهند دانست. آن بازنمایی که متضمن اعتماد متقابل کنار رقیایش قرار دارد.



نقیسه زارع‌کهن

استادارتباطات

را به راه بیندازد، یک جمله می‌تواند امید را برگرداند یا برعکس، چراغی را خاموش کند. اینجاست که مسئولیت خبرنگار دوچندان می‌شود. او نه‌فقط راوی، که امانت‌دار حقیقت است. دنیای رسانه در این سال‌ها تغییرات بزرگی را پشت سر گذاشته است. زمانی روزنامه چاپی ستون اصلی اطلاع‌رسانی بود. خبر باید مسیر مشخصی را طی می‌کرد تا به دست مخاطب برسد. امروز خبر در لحظه مخابره می‌شود و پیش از آنکه خبرنگار قلم به دست بگیرد، در شبکه‌های اجتماعی منتشر شده است. این تغییر کار را آسان‌تر نکرده؛ برعکس، مسئولیت را سنگین‌تر کرده است. حالا خبرنگار باید میان انبوه اطلاعات و شایعات، حقیقت را پیدا کند و روایت دقیق و قابل اعتماد ارائه دهد. در هیاهوی سرعت و حجم خبر‌ها، خبرنگار باید همچنان همان ارزش‌های قدیمی را حفظ کند: دقت، صداقت و وفاداری به حقیقت. این ارزش‌هاست که حرفه خبرنگاری را از یک کار معمولی متمایز می‌کند. هرچند رسیدن به این‌ها همیشه آسان نیست. فشار زمان، محدودیت منابع و گاهی موانع بیرونی، مسیر را دشوار می‌کند، اما این دشواری، بخشی جدایی‌ناپذیر از ماهیت کار ماست. خبرنگاری فقط حرفه‌ای نیست که در آن مدام یاد می‌گیری، بلکه حرفه‌ای است که تو را وادار می‌کند همیشه بیدار و حساس

نشانه‌خوانی

بازنمایی اساسا تحمیلی نیست



بویا نعمت‌اللهی

روزنامه‌نگار

نباشد، نمی‌تواند به مرتبت فهم و درک مناسبات ما با یکدیگر نائل شود. اصرار بر ساختن روایت اول (به هر قیمت) هرگز منجر به پیروزی روایت نمی‌شود، بنابراین پدیدآورنده هیچ پندار خاصی نیست. در «لحظه» حاضر ما با یک پارادوکس مواجه می‌شویم. ظهور کردارهای رسانه‌ای فناوریانه‌ای که به مخاطبان قول شکل‌ها و فرم‌های جدید مشارکت در فرایند بازنمایی را می‌دهد از یک طرف، و تقارن زمانی آن با رشد کلیکی‌گرایی و بدگمانی درباره تکیه‌گاهی که بازنمایی در آن محقق شود از طرف دیگر، موجد نوعی تناقض است. اکنون با ظهور ابربحران‌ها (و در رأس آنها احتمالا آب) وضعیتی شبیه همین تناقض ایجاد شده است. مخاطبان به‌جای آنکه به بازنمایی‌ها باور بیابورند، بیشتر مشتاق آن هستند که بداندن چگونه در فرایند برساخت واقعیت، قادر به دیدن واقعیات پشت ادعا هستند. این ناشی از همان روایت‌های نادرست یا نادقیق است که در رسانه‌های پلتفرمی به خورد مردم داده شده است.

در نگاه اول به نظر می‌رسد کسب دانش و آشکارسازی واقعیات پشت امور، می‌تواند افراد را واجد قدرت بیشتری کند. این فقط در سطح خارجی ماجراست. اگر چنین دانشی تبدیل به غایت فی‌نفسه شود، آنگاه بسیار تضعیف‌کننده خواهد بود. رسانه‌های نوین موفق شده‌اند تعین و تشخیص را حذف کرده و فضای رسانه‌ای کشور را در ستر اینترت به مسلخ فقدان مسئولیت بکشانند. متأسفانه چشم عده زیادی از مردم به همین رسانه‌های پلتفرمی است.

مسئله‌ای مانند آب یا برق را در نظر بگیرید. هرگاه بدگمانی و شکایت به بازنمایی بخواهد تبدیل به تلقی پیش‌فرض در زندگی عمومی ما شود،



پارکینگ ۱۱۰هکتاری شلمچه با پذیرش خودروهای زائران اربعین وارد مدار خدمات‌رسانی شد تا توقفی امن پیش از آغاز مسیر پیاده‌روی فراهم کند. عکس: فرید حمودی، فارس

instagram:sharghdaily1
twitter:sharghdaily
youtube:sharghdaily
Telegram:SharghDaily
apararat:tasvirshargh
www.sharghdaily.com

کلمه، کسب‌وکار ماست

بمانی. هر گفت‌وگو، هر رویداد و هر سفر کاری، چیزی برای آموختن دارد. این یادگیری فقط مربوط به فنون کار نیست؛ درباره مردم است، درباره جامعه، درباره خودت. هر گزارش هر مصاحبه، بخشی از پازل بزرگی است که تصویر یک زمانه را می‌سازد. خبرنگار در واقع تاریخ روزمره یک ملت را ثبت می‌کند. شاید در لحظه به چشم نیاید، اما همین روایت‌هاست که بعدها به منابع ارزشمند تبدیل می‌شوند. در میان همه سختی‌ها و فشارها، لحظه‌هایی هم هست که شیرینی کار را جند برابر می‌کند. وقتی می‌بینی گزارش‌ت توانسته تغییری ایجاد کند، وقتی می‌بینی روایتت دیده شده و به گوش کسانی رسیده که باید می‌رسید، وقتی می‌دانی کاری که کرده‌ای فقط پرکردن یک صفحه خالی نبوده است. خبرنگاری شغلی است که با آدم می‌ماند؛ حتی وقتی در تحریریه نیستی، حتی وقتی کارت خبرنگاری‌ات در جیب نیست، باز هم با همان نگاه جست‌وجوگر به دنیا نگاه می‌کنی. عادت می‌کنی به شنیدن، به دیدن، به پرسیدن. عادت می‌کنی که هیچ چیز را بدیهی نگیری. شاید همین است که بسیاری از خبرنگاران، حتی اگر روزی در این حرفه نباشند، همچنان خود را خبرنگار می‌دانند؛ چون خبرنگاری فقط کاری نیست که انجام می‌دهی، بخشی از هویتت می‌شود. در روز خبرنگار، یاد همه همکارانی زنده می‌شود که در این مسیر قلم زده‌اند؛ چه آنان که هنوز در میدان‌اند و چه آنان که خاطره و اثرشان باقی مانده است. این روز فرصتی است برای قدردانی از تلاش‌ها و برای یادآوری اینکه کلمه هنوز مهم‌ترین سرمایه این حرفه است. کلمه، کسب‌وکار ماست. با کلمه زیسته‌ایم، با آن دنیا را روایت کرده‌ایم و با آن، سهمی هرچند کوچک، در حافظه جمعی مردم گذاشته‌ایم. این سرمایه‌ای است که نه با گذر زمان کم می‌شود و نه با تغییر ابزارها از بین می‌رود. تا وقتی کلمه هست، خبرنگاری هم هست و تا وقتی خبرنگاری هست، روایت زنده خواهد ماند.

طنزخوانی

خبرنگار عاشق است

یامازوخیست؟



آیدین سیارسریع

من نمی‌دانم اولین بار کدام پدرآمرزیده‌ای گفت خبرنگاری عشق است و خبرنگار نباید دنبال پول باشد! بله، خبرنگار طبیعتا شغلش به‌گونه‌ای نیست که بو بکشد و ببیند الان پول در چیست و دنبال همان بو برود. بوهایی که خبرنگار استشمام می‌کند، غالبا بوهای قابل چایی نیست. روال کار به این ترتیب است که یک نفر یا یک سازمان، یک جایی شکوفه می‌زند و خبرنگار از نحوه رویتدن شکوفه، فرم رویش و بوی آن گزارش تهیه می‌کند (امروز کاری به آن دسته که روی شکوفه عسل می‌مانند نداریم). آن‌وقت به خبرنگاری که وقت و اعصاب و عمرش را می‌گذارد پهای بوهایی که هیچ‌کس آنها را گردن نمی‌گیرد و جواب زحمتش هم فقر و ناامنی است، می‌گویند خبرنگاری عشق است. راستش الان را نمی‌دانم ولی قدیم به این می‌گفتند مازوخیسم، بله پول مهم نیست، ولی بی‌پولی خیلی مهم است. نمی‌شود از خبرنگار انتظار داشت که رویکرد «هم‌نامهربونه، هم آزارنده، حتی چونه، به دیگرونه، هم قدردم ندونه» اتخاذ کند و در پایان هم این نکته را خاطرنشان کند که «از این‌ا کاراش خیر دارم، اما چه کنم دوستش دارم». درست است که خبرنگار از کارش لذت می‌برد، اما دلیلی ندارد به همان میزان از درآمد پایین و عدم امنیت شغلی هم لذت ببرد. احتمالا به‌سختی بتوان خبرنگاری را پیدا کرد که از صبح خروس‌خوان برود روزنامه و ظهر که کارش تمام شد، ریتم دامبولی بگیرد و بگوید آخ‌چون حالا باید برم دو جای دیگر کار کنم! الغرض، رابطه خبرنگار و خبرنگاری تبدیل به یک رابطه سمی شده است. این روز خبرنگار هم که دبیر محترم صفحه فرمودند راجع‌به آن بنویس (که فکر کنم الان پشیمان هستند)، به سالگرد ازدواج زوجی می‌ماند که یکی از طرفین طلاق عاطفی گرفته و رفته دنبال زندگی خودش، اما طرف مقابل ول نمی‌کند، هر سال هم که این مراسم به سردی تمام برگزار می‌شود، معمولا یک‌عده کت‌وشالواری می‌آیند و در وصف زیبایی این رابطه و وظایف و رسالت آن طرف ول‌نکن، حرف‌های قشنگ می‌زنند، مدلی از این میهمانان وجود دارند که از روی کاغذ می‌خوانند:

«خبرنگار شمع است

می‌سوزد

اما

روشنی حقیقت را

بر ظلمات دروغ

می‌تاباند»

اما در مقابل، یک مدل از میهمانان دیگر هم هستند که در جواب، به صورت رتمتیک می‌گویند: «نوری که تابش می‌کنه، خودش سفارش می‌کنه». راه‌حل‌شان هم این است که شما سفارش نکنید، ما سفارش می‌کنیم، شما بنویسید.

در پایان مطلب ضمن تبریک این روز عزیز، چون احساس کردم یک مقدار فضا به سمت انتقاد رقت، جا دارد تلنگری به خودم بزنم که این موضوعات به تو چه ربطی دارد سیارسریع؟ تو که نه خبرنگاری و نه آن چنان روزنامه‌نگار محسوب می‌شوی؛ را در بی‌ربط‌تری تو به این فضا همین بس که دولت به ۱۰ هزار خبرنگار یک میلیون تومان هدیه داده ولی آن‌قدر تو را روزنامه‌نگار نمی‌داند که یارانه‌ات را هم قطع کرده است. پس دوستانی که این سطور را می‌خوانند، توجه داشته باشند که من واقعا هیچ‌کاره‌ام! خدا شاهد است که من یک گوشه نشسته بودم داشتم با عشق ابدی و تلویزیون اسنوا و اداره آبخیزداری استان مسخره‌بازی درمی‌آوردم، دبیر صفحه گفت راجع‌به روز خبرنگار بنویس، ما هم گفتم چشم؛ وگرنه خودم شخصه به دغدغه دارم، نه اصلا خبرنگاران برابیم مهم هستند! یک موضوعاتی هست بین خبرنگاران و خودتان، خودتان با هم یک جوری حلش کنید.

یک مأمور امنیتی سابق تیم بسکتبال میامی هیت متهم است بیش از دو میلیون دلار از لباس‌های ارزشمند بازیکنان را به سرقت برده و در بازار سیاه فروخته است. براساس گزارش دادستانی، این مأمور ۲۲ساله و افسر بازنشسته پلیس میامی، با ۲۵ سال سابقه، بیش از ۱۰ سال به عنوان مأمور امنیتی NBA فعالیت داشت. او در این مدت بیش از ۴۰۰ پیراهن بازی پوشیده‌شده توسط بازیکنان و اقلام باارزش دیگر را از اتاق تجهیزات تیم خارج کرده و به صورت غیرقانونی فروخته است.

فیلم «چهار شگفت‌انگیز: گام‌های نخست» در دومین هفته اکران، با عبور از مرز ۱۹۸ میلیون دلار فروش، همچنان صدرنشین فروش است و پس از آن انیمیشن «آدم‌بدها ۲» قرار دارد. «تفنگ بی‌صاحب» بازسازی تازه‌ای از یک اثر کمدی کلاسیک و افسانه‌ای نیز مورد استقبال قرار گرفت. این اثر با بازی ستارگان جدید همچون لیام نیسون، پاملا آندرسون و شوخی‌های تازه به تماشاگران جدید معرفی شد. «سوپرمن»، «دنیای ژوراسیک» و «با هم» از دیگر فیلم‌های پرفروش این روزهای جهان هستند.

۲ میلیون

یک مأمور امنیتی سابق تیم بسکتبال میامی هیت متهم است بیش از دو میلیون دلار از لباس‌های ارزشمند بازیکنان را به سرقت برده و در بازار سیاه فروخته است. براساس گزارش دادستانی، این مأمور ۲۲ساله و افسر بازنشسته پلیس میامی، با ۲۵ سال سابقه، بیش از ۱۰ سال به عنوان مأمور امنیتی NBA فعالیت داشت. او در این مدت بیش از ۴۰۰ پیراهن بازی پوشیده‌شده توسط بازیکنان و اقلام باارزش دیگر را از اتاق تجهیزات تیم خارج کرده و به صورت غیرقانونی فروخته است.

۱۹۸ میلیون

فیلم «چهار شگفت‌انگیز: گام‌های نخست» در دومین هفته اکران، با عبور از مرز ۱۹۸ میلیون دلار فروش، همچنان صدرنشین فروش است و پس از آن انیمیشن «آدم‌بدها ۲» قرار دارد. «تفنگ بی‌صاحب» بازسازی تازه‌ای از یک اثر کمدی کلاسیک و افسانه‌ای نیز مورد استقبال قرار گرفت. این اثر با بازی ستارگان جدید همچون لیام نیسون، پاملا آندرسون و شوخی‌های تازه به تماشاگران جدید معرفی شد. «سوپرمن»، «دنیای ژوراسیک» و «با هم» از دیگر فیلم‌های پرفروش این روزهای جهان هستند.

۴۰۱ میلیارد دلار

ثروت ماسک در بازه‌های زمانی متفاوت بین ۳۳۰ تا ۴۰۱ میلیارد دلار نوسان داشته است. دارایی‌های او عمدتا متکی بر مهم‌ترین نمادهای اقتصاد نوآور امروزی هستند. مارک زاکربرگ، بنیان‌گذار و مدیرعامل متا (فیس‌بوک سابق)، با برآورد دارایی در حدود ۱۸۹ تا ۲۶۶ میلیارد دلار، بر سکوی دوم ثروتمندان کالفرنیا و بعد از ماسک ایستاده است. ثروت جف بزوس، بنیان‌گذار آمازون، حدود ۲۰۶ تا ۲۳۷ میلیارد دلار برآورد شده و نام او را در صدر میلیاردرها و در کنار رقیایش قرار دارد.