

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

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مهدی رحمانیان

نشانی: تهران: میدان فاطمی، خیابان بهرام‌میسری، پلاک ۲۲ • تلفن: ۵۴ و ۸۸۹۳۶۲۷۰ • نمابر: ۸۸۹۲۵۴۶۷ • تلفن گه‌ها: ۸۶۰۳۶۱۱۹ • تلفن امور آگهی‌های شهرستان‌ها: ۷-۴۴۰۱۹۸۰۵ • تلفن امور مشترکین: ۸۸۹۰۳۵۴۸ • توزیع: شرکت پیام‌رسان سبز • تلفن: ۶۶۲۸۷۳۴۴ • چاپ: صمیم

شتر

شنبه ۱۳ بهمن ۱۴۰۳ • ۲ شعبان ۱۴۴۶ • ۱ فوریه ۲۰۲۵ • سال بیست‌ویکم • شماره ۵۰۳۹ • ۱۲ صفحه

اذان ظهرتهران ۱۲:۱۸ • اذان مغرب ۱۷:۵۱ • اذان صبح فردا ۵:۳۸ • طلوع آفتاب ۷:۰۴

www.sharghdaily.com

aparat:tasvirshargh

Telegram:SharghDaily

youtube:sharghdaily

twitter:sharghdaily

instagram:sharghdaily1

زان

از سرگرمی تا تجارت

اکوایران: کارن مدتی را با افسردگی دست‌وپنجه نرم کرده بود و با وجود مصرف دارو، جلسات مشاوره و تریاپی، این بازی با اسلام بود که به طور چشمگیری باعث بهبود حال او شد و این مسئله سبب شد صدها ظرف از سازندگان آن در تیک‌تاک خریداری کند.

او با صنعتی خاص برخورد کرده بود؛ برخی از کسب‌وکارهای کوچک، به‌ویژه در تیک‌تاک، گزارش داده‌اند که با تولید و فروش خمیر کشتسان و معطفی که می‌توان آن را در دست فسرُد سالانه بیش از یک میلیون دلار درآمد دارند. اما کارن که یک آژانس مدیریت استعداد برای اینفلوئنسرهای رسانه‌های اجتماعی را اداره می‌کرد و دوستش سارا شلیپرو، مؤسس یک شرکت ارائه‌دهنده فضا برای رویدادها، فرصتی برای فروش بیشتر در اسلام بدیدند. اکنون آنها به طور مشترک مؤسسه «اسلومو» را اداره می‌کنند که در نیویورک، لس‌آنجلس، آتلانتا، شیکاگو و هیوستون شعبه دارد. پس از خرید بلیت که به‌طور میانگین ۳۴ دلار به‌ازای هر نفر است، بازدیدکنندگان یک تکه اسلامید دریافت کرده و دعوت می‌شوند تا آن را به دیوار بگویند و در داخل، ایستگاه‌های اسلام، اتاق‌های با صداهای آرام‌بخش و وان‌های فایبرگلاس سفیدرنگ پر از اسلامید با پافت‌ها و بوی‌های مختلف روبه‌رو می‌شوند. حدود ۸۵ درصد از درآمد «اسلومو» که سال گذشته تا ۴.۳ میلیون دلار در ماه رسید، از فروش بلیت حاصل می‌شود. چهار شعبه اول این شرکت در سال ۲۰۲۳ مبلغ ۲۸.۹ میلیون دلار درآمد داشتند که شامل ۴.۶ میلیون دلار سود قبل از بهره، مالیات و استهلاک (EBITDA) می‌شود. اسلومو از روزی که اولین شعبه‌اش را افتتاح کرد، سودآور بوده و این بسیار قدرتمندتر از این است که صرفا بسته‌های اسلامید را ارسال کند.

«اسلومو» به‌طور غیررسمی در دورهمی‌های هفتگی کارن و سارا در پنت‌هاوس سارا در محله سوهو منهنن آغاز شد. آنها هنگام صحبت با اسلامید بازی می‌کردند. برخی مطالعات نشان می‌دهند فعالیت‌های حسی می‌توانند به بهبود علائم افسردگی و اضطراب کمک کنند. سپس دیدند که دختران سارا، که یکی از آنها مهارت‌های حرکتی محدودی دارد، مشغول بازی با اسلامید هستند؛ روشی نادر که این خواهران می‌توانستند از طریق آن با یکدیگر ارتباط برقرار و بازی کنند. این دو دوست بیش از ۹۰۰ ظرف اسلامید خریدند تا آنها را بررسی کنند و سپس روی دستورهای مخصوص خودشان کار کردند. آنها در کنفرانس‌ها شرکت کردند، با سازندگان اسلامید آشنا شدند و برخی را استخدام و یک میلیون دلار از یک سرمایه‌گذار خصوصی جذب کردند.

آنها ۴۰۰ هزار دلار از سرمایه‌شان را کنار گذاشتند. اگر این ایده شکست می‌خورد، هنوز باید اجاره را پرداخت می‌کردند و ۶۰۰ هزار دلار باقی‌مانده را صرف بازی‌های یک فضای اجاره‌ای در نزدیکی خانه سارا کردند. آنها در میانه ساخت‌وساز، تورهایی را برای اینفلوئنسرهای حوزه اسلامید، فرزندپروری و سبک زندگی برگزار کردند که بلیت‌های افتتاحیه بزرگ آنها در اکتبر ۲۰۱۹ فروش رفت. اسلومو در اولین هفته فعالیت خود یک میلیون دلار بلیت فروخت. اما پس از پنج ماه، همه‌گیری کووید ۱۹ فرارسید و آنها مجبور شدند تقریباً ۹۰ کارمند براه‌وقت خود را تعدیل کنند و تنها مدیرعاملان، حسابدار و سازنده اسلامید مجموعه برای همکاری ادامه دادند. آنها فروش اسلامید را به‌صورت آنلاین ادامه دادند، کمپ‌های مجازی ساخت اسلامید برای کودکان برگزار کردند و همچنین ورکشاپ‌های شرکتی برای شرکت‌هایی مانند گوگل و فایزر ارائه دادند تا اینکه امکان فعالیت حضوری در سال ۲۰۲۱ برقرار شد. سال بعد، اسلومو در مرحله تأمین مالی برای توسعه شرکت ۵.۸ میلیون دلار سرمایه جذب کرد و شعبه‌های شیکاگو و آتلانتا را افتتاح کرد. اما فعالیت آنها به محبوبیت اسلامید وابسته نیست، یعنی آنها امیدوارند اگر این محبوبیت در تیک‌تاک پایان یابد، فعالیتش همچنان ادامه‌دار باشد. سارا می‌گوید: «می‌خواهیم مردم بدانند که می‌توانند انتخاب کنند، تلاش کنند، بیرون بروند و کاری را انجام دهند که قبلا هرگز انجام ندهادند.»

تحلیل رفتار کاربران ایرانی در فضای مجازی، به‌ویژه در اینستاگرام، نشان می‌دهد آنها می‌خواهند تصویری ایدئال و جذاب از زندگی مجازی خود به نمایش بگذارند؛ تصویری که غالباً مملو از تجمل، موفقیت و تصویری رؤیایی است و غالباً با واقعیت فاصله دارد. بسیاری از کاربران اینستاگرام، به‌ویژه صاحبان پیج‌های شخصی، نمایش سبک زندگی لوکس و مصرف‌رایانه را به ابزاری برای ارتقای جایگاه اجتماعی خود تبدیل کرده‌اند.

یافته‌ها نشان می‌دهد فرهنگ دیگر فقط یک تجربه شخصی و عمیق نیست، بلکه به ابزاری برای نمایش و ساخت هویت آنلاین تبدیل شده است. کاربران با به‌اشتراک‌گذاری لحظات و تجربیات خود در این پلتفرم‌ها، تلاش می‌کنند تصویری خاص از خود بسازند و توجه دیگران را جلب کنند. این روند تحت تأثیر «اقتصاد توجه» قرار دارد، به این معنا که در دنیای آنلاین، دیده‌شدن و تأیید اجتماعی، بیشتر از عمق و اصالت تجربه، اهمیت پیدا کرده است.

به همین دلیل فرهنگی که باید در پی غنی‌سازی زندگی فردی و اجتماعی باشد، تبدیل به ابزاری برای جلب توجه و تأمین نیازهای اجتماعی آنلاین شده است. اگرچه این قصه فرصتی برای گسترش دسترسی به فرهنگ و تسهیل تعاملات فرهنگی در فضای مجازی ایجاد می‌کند، اما از سوی دیگر می‌تواند تهدیدی جدی برای اصالت فرهنگی به‌شمار رود؛ چراکه تجربه‌های فرهنگی عمیق‌تر و معنادارتر تحت تأثیر این نمایش‌گرایی از دست می‌روند.

در این فضا، تجمل و مصرف‌گرایی به نمادی از موفقیت تبدیل شده‌اند که بیشتر در پی جذب توجه و تأیید اجتماعی است تا نمایش واقعیت زندگی. علاوه‌بر مصرف‌گرایی، کاربران اینستاگرام به‌طور جدی به دنبال یافتن هویت و جایگاه خود در دنیای مجازی هستند. آنها با ساخت شخصیت ایدئال از خود، تلاش می‌کنند خود را در این فضا معرفی کرده و مورد توجه و تأیید دیگران قرار گیرند. این جست‌وجو برای هویت، بیشتر در شرایطی شدت می‌یابد که در دنیای واقعی با محدودیت‌ها و چالش‌های بسیاری روبه‌رو هستند. فضای مجازی فرصتی فراهم می‌آورد که در آن بتوانند به‌طور کنترل‌شده‌تر و ایدئالت‌تر از خودشان بگویند.

می‌توان محبوبیت اینستاگرام نزد ایرانی‌ها را در چند عامل جست‌وجو کرد. برای بسیاری از کاربران، اینستاگرام به پناهگاهی تبدیل شده است



آین سنتی «پیرشالیار» که به «عروسی پیرشالیار» نیز شناخته می‌شود، هرساله در اواسط زمستان طی دوره‌ای هرروزه برگزار می‌شود. این مراسم با اجرای آیینی به نام «کلاورچه» آغاز می‌شود و پس از قربانی‌کردن و تهیه غذای ویژه این آیین، با اجرای مراسم ذکر و سماع در منطقه «اورامان تخت» به اتمام می‌رسد.

عکس: سیدمصالح بیرخضراییان، ایرنا

instagram:sharghdaily1

twitter:sharghdaily

youtube:sharghdaily

Telegram:SharghDaily

aparat:tasvirshargh

www.sharghdaily.com

رؤیاهای رنگارنگ یا زندان واقعیت؟

تعادلی پایدار برقرار کرد. در این میان نقش الگوریتم‌های نرم‌افزاری، مدیریت هویت آنلاین و ظهور تأثیرگذاران رسانه‌های اجتماعی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. الگوریتم‌های نرم‌افزاری که زیربنای بسیاری از پلتفرم‌های آنلاین هستند، بیش از هر زمان دیگری بر نوع اطلاعاتی که به کاربران ارائه می‌شود، تأثیر می‌گذارند. این الگوریتم‌ها با تحلیل داده‌های رفتاری، محتوایی را پیشنهاد می‌دهند که با علایق کاربران هم‌خوانی دارد، درعین‌حال می‌توانند تعصبات فرهنگی را تقویت کنند. با ایجاد «باب‌های اطلاعاتی»، این سیستم‌ها دسترسی به دیدگاه‌های متفاوت

را محدود کرده و صدای اقلیت‌ها و فرهنگ‌های حاشیه‌ای را کمرنگ می‌کنند. از سوی دیگر، مدیریت هویت آنلاین به یکی از ویژگی‌های اصلی تعاملات دیجیتال تبدیل شده است. افراد در تلاش برای ساخت و نمایش هویتی جذاب و مطلوب، اغلب واقعیت‌های شخصی خود را بازتعریف می‌کنند. این فرایند اگرچه می‌تواند به تنوع و خلاقیت در خودابرازی منجر شود، اما در بسیاری از موارد به تولید هویت‌های نمایشی و استانداردسازی رفتارها انجامیده است. در نتیجه، فضای آنلاین به محلی برای رقابت در ارائه تصاویری ایدئال تبدیل شده که با واقعیت فاصله زیادی دارد.

هم‌زمان، تأثیرگذاران رسانه‌های اجتماعی به یکی از بازیگران اصلی فرهنگ دیجیتال تبدیل شده‌اند. آنها با توانایی تأثیرگذاری بر ذهنیت‌ها و ارزش‌های عمومی، نتهت‌ها دیدگاه‌ها و رفتارهای اجتماعی را شکل می‌دهند، بلکه معیارهای جدیدی برای زیبایی، موفقیت و سبک زندگی ایجاد می‌کنند.

در چنین شرایطی، فرهنگ دیجیتال به‌عرصه‌ای پویا و درعین‌حال متناقض تبدیل شده است. از یک سو، دسترسی گسترده به اطلاعات و تعاملات جهانی، امکان تبادل فرهنگی را فراهم کرده و از سوی دیگر، تعصبات نرم‌افزاری، هویت‌های نمایشی و تجاری‌سازی فرهنگ، اصالت و تنوع آن را تهدید می‌کنند. برای جلوگیری از تشدید این وضعیت، ضروری است که کاربران آگاهی بیشتری درباره تأثیر الگوریتم‌ها و تعصبات دیجیتال اجتماعی پیدا کنند. همچنین سیاست‌گذاری‌هایی که به ترویج تنوع فرهنگی و مقابله با بازتولید تعصبات نرم‌افزاری کمک کنند، اهمیت بالایی دارند. اما همچنان این سؤال با‌پرجاست که آیا فرهنگ دیجیتال در نهایت به فرصتی برای گسترش و تعامل تبدیل می‌شود یا تهدیدی برای اصالت؟ انتخاب با ماست!

یادداشت

درمانگر-بلاگر: از فرصت تا تهدید

وجود تمام کج‌نمایی‌ها و سوت‌فاهم‌هایش، با وجود تمام سواستفاده‌ها و خصلت‌های عوام‌گرایانه‌اش، فضایی آزاد برای انتخاب آزاد مرجعیت است. ممکن است پذیریم جامعه‌ای که تجربه چندانی در انتخاب «مرجعیت» در تمام شمول زندگی‌اش در طول تاریخ نداشته است، در این فضای آزاد، انتخاب‌های هیجانی و به‌زعم ما اشتباه هم داشته باشد؛ کسانی را به عنوان مرجع تلقی کند که شایستگی چندانی ندارند یا حتی از میان همان مرجعیت سنتی، در فضای مجازی هم دست به انتخاب برند. اما این رودخانه مسیرش را به هر حال می‌کند و از این مرحله گذر خواهد کرد. نفی انتخاب آزاد مرجعیت منجر به سدکردن یا به تأخیر انداختن این جریان خروشان نخواهد شد.

جالب اینجاست که به دلیل عمر نسبتاً کوتاه فضای مجازی، درباره انتخاب مرجعیت در فضای مجازی، شرایط ما در کشور به شرایط کشورهای توسعه‌یافته بسیار نزدیک است. آنها هم با مشکلات مشابه ما سرورکه می‌زنند و نهادهای کشورهای توسعه‌یافته نیز به‌شدت به دلیل رشد ناهمبانی مرجعیت مجازی، تضعیف شده‌اند و نگران هستند. هرچند بهانه اظهارشده برای این نگرانی‌ها به خطر افتادن سلامت مردم یا ریز سؤال رفتن شان و منزلت طبابت، اخلاق پزشکی و حرمت درمانگری است، اما در نهایت همه این دغدغه‌ها بهانه است. پزشکی «مدرن» با بحران مرجعیت مواجه است. با توسعه ابزارهایی مانند هوش مصنوعی (AI) این بحران شدیدتر خواهد شد. آن روز نه‌چندان دور، شاید همین درمانگر-بلاگر از معود امیدهای پزشکی مدرن برای حفظ حلقهٔ اتصال درمانگری با جامعه باشند و به عنوان سنگر مرجعیت طبابت تلقی شوند.

۵۰ میلیون دلار

آسوشیتدپرس در گزارشی ادعای دونالد ترامپ مبنی بر اختصاص ۵۰ میلیون دلار از سوی دولت پیشین ایالات متحده به خرید کاندوم برای حماس را مورد بررسی قرار داده و دریافته است که این گزارش هیچ شواهدی که نشان دهد دولت جو بایدن چنین مبلغی را به خرید و ارسال این وسیله برای گروه حماس اختصاص داده است، وجود ندارد. طبق گفته ترامپ، حماس از این وسایل برای تهیه بالون‌های حاوی مواد آتش‌زا استفاده می‌کند.

اتفاق خوانی

سکانس های قبرستانی

علی صمدی؛ صحنه‌های مشمزنکننده و کراهت‌بار اهدای کفن به میهمان‌های برنامه جعبه سیاه در شبکه افق صداوسیما، بار دیگر سلیقه کج و نگرش مرک‌اندیش برخی مدیران و برنامه‌سازان صداوسیما را به منصفه ظهور رساند. مدیران و برنامه‌سازانی که گویی برنامه‌های خود را نه برای مردم، بلکه برای مخاطبان خاص در لایه‌های قدرت می‌سازند و فقط قضاوت و تحسین آنها را اصل می‌شمارند. تقدیس مرگ از این‌دست البته نه به فرهنگ اسلامی ربط دارد و نه به فرهنگ ایرانی. در فرهنگ اسلامی، پرداختن به مشاغل و مسائل گورستانی از قبیل کفن‌ودفن، گورکنی و کفن‌فروشی در عین ضرورت، با قید کراهت

ذکر می‌شود و در فرهنگ ایرانی نیز نور و سرور و شادی از محورهای اصلی باورها و نگرش‌ها به‌شمار می‌آید. حال مدیران و برنامه‌سازان تلویزیون چه جاذبه و فایده‌ای در ایجاد صحنه‌های آمیخته‌با گور و کفن سراغ کرده‌اند، خدا می‌داند. شاید به قول میرزا اقاقلی این‌چاه برای کسی آب نداشته باشد، لابد برای بعضی‌ها نان دارد. متأسفانه پرداختن به مسائل قبرستانی و تأکید بر مراحل مختلف آن در صداوسیما، منحصر به این برنامه نیست و به قول خودشان این «آیتم» در اغلب سریال‌ها و فیلم‌های تلویزیونی جایگاهی وثیق و مورد تأکید دارد. کمتر فیلم و سریال تلویزیونی را می‌توان سراغ کرد که در آن از سکانس‌های پرویمیان قبرستانی خبری نباشد. حتی در مجموعه‌های طنز تلویزیونی از قبیل «یامک از دیار باقی» یا «متمم گریخت» نیز به وفور شاهد این قبیل سکانس‌ها هستیم. به‌اراسته نویسندگان و کارگردان‌ها ما در طراحی و بازآفرینی سکانس‌های قبرستانی چه انرژی‌ای از خود نشان می‌دهند! جزئیات جان‌دادن، جیح‌زدن اطرافیان، خاک بر سر پاشیدن، حمل جنازه، گذاشتن جنازه در قبر و شات‌های پیچیده هنری از ریختن خاک بر روی جنازه از زاویه پایین هرکدام با وسواس هنری شگفت‌انگیز و جزئیات کامل کار می‌شود تا اشتباه عجیب‌وغریب کارگردان‌های ما در آفرینش کراهت به تمامی ارضا شود (اگر کارگردانی مانند هیچکاک را استاد زائر وحشت می‌نامند، بعضی کارگردان‌های ما هم الحق استاد زائر کراهت هستند). حضور هنرپیشه اصلی در قبرستان و چمباتمه‌زدن در کنار قبر والدین یا همسر، به همراه واگویی‌ها و دردلد‌های طولانی و اشک‌انگیز نیز سکانس کلیشه‌ای است که کمتر کارگردانی از آن چشم‌پوشی می‌کند. البته مقوله مرگ یک واقعیت جدی در مسیر زندگی است و هیچ هنرمندی نمی‌تواند از کنار آن بی تفاوت بگذرد یا آن را از مناسبات زندگی کنار بگذارد و نیز تذکار مسئله مرگ به عنوان یک اصل اخلاقی مورد قبول است، اما چیستی یک پدیده با چگونگی بیان آن متفاوت است و هنر «بیشتر چگونه گفتن است تا چه گفتن»، مرگ عاقبتی محتوم و زندگی واقعیتی مغنم است. در حدیث داریم «الدنیا مزرعه الاخره» و کار در مزرعه احتیاج به نیرو و نشاط دارد. وظیفه هنرمند دمیدن روح نشاط و شادابی به جامعه است؛ اگر نه، کفن هدیه‌دادن و آبه یاس خواندن هیچ نسبتی با هنر و هنرمندی ندارد.

خبرخوانی

کاربران فیس بوک پیر شدند

شرکت متا، مالک فیسبوک و اینستاگرام، توافق کرده است برای حل‌وفصل پرونده شکایت دونالد ترامپ از این شرکت به دلیل تعلیق حساب‌های کاربری او ۲۵ میلیون دلار غرامت بپردازد؛ بااین‌حال این شرکت نپذیرفته که مرتکب تخلفی شده است. متا حساب‌های فیسبوک و اینستاگرام آقای ترامپ را چهار سال قبل، پس از حمله طرفدارانش به کنگره آمریکا غیرفعال کرد. ترامپ در پایان دوره اول ریاست‌جمهوری خود از این شرکت شکایت کرد و آنها را به پاسور متمم کرد. این توافق پس از آن به دست آمده که مالک زاک‌برک، رئیس متا، یک میلیون دلار به کارزار ترامپ اهدا کرد و به نظارت مستقل بر محتوای فیسبوک و اینستاگرام و تـرددز پایان داد. این شرکت قرار است تغییراتی در فیسبوک بدهد تا بتواند کاربران جوان را به خود جلب کند. یکی از مهم‌ترین چالش‌های فعلی فیسبوک، کاهش علاقه نسل جوان به این پلتفرم محسوب می‌شود. طبق مطالعات انجام‌شده، کاربران جوان بین ۱۸ تا ۲۴ سال، زمان بسیار زیادی را در شبکه‌های اجتماعی مانند تیک‌تاک، اینستاگرام و اسنپ‌چت سپری می‌کنند. این در حالی است که کاربران اصلی فیسبوک به‌تدریج درحال پیرشدن هستند و این مسئله می‌تواند در آینده‌ای نزدیک، به یک مشکل جدی برای این شرکت تبدیل شود.

پالایش‌کردن قوانین خیلی از موانع را رفع می‌کند.

رئیس مجلس شورای اسلامی در جلسه شـورای برنامه‌ریزی و توسعه ستاد یزد از یک نکته مهم خبر داد و گفت: بیش از ۱۲ هزار قانون داریم که برخی از آنها یکدیگر را نقض می‌کنند و برخی نیز منسوخ شده‌اند. قصد داریم ۱۲ هزار قانون را به سه هزار و ۵۰۰ قانون کاهش دهیم و همه قوانین نیز در ۵۲ قانون جامع ارائه می‌شود که شفافیت و استفاده آسان را برای مردم و همه بخش‌ها به‌همراه دارد.

امانوئل مکرون رئیس‌جمهور فرانسه در مقابل شاهکار دونالدو داوینچی ایستاد و خبر تغییرات موزه لوور تا سال ۲۰۳۱ را داد. یک بخش مهم خبر او این بود که قرار است تابلوی مونالیزا به فضای نمایشگاهی جدیدی در موزه لوور در پاریس منتقل شود. این اقدام بخشی از برنامه بازسازی پربازدیدترین موزه جهان است. طبق این برنامه، تغییرات تا سال ۲۰۳۱ اجرایی و بازدید از مونالیزا مشمول هزینه جداگانه‌ای خواهد شد.

۷ سال