

از کاریز و قنات تا فایبر نوری

وقتی
اینترنت
از آب مهمتر
می شود

در دنیای جدید که تمام ابعاد اقتصادی به امواج نامرئی گره خورده، شبکه جهانی ارتباطات نیاز اول زیست اجتماعی است



ژوبین صفاری
هفت صبح

اگر پیش از این تمدن‌ها حول محور آب شکل می‌گرفت، امروز شاید باید در کنار آن عامل دیگری هم مدنظر قرار داد و آن هم مطلوبیت اینترنت برای مردمی که زندگی و کسب و کارشان به‌همه نوعی به آن وابسته است. تصور کنید، در خواب بیدار می‌شوید؛ اولین کاری که می‌کنید، چیست؟ احتمالاً چک کردن گوشی همراهتان. پیام‌های واتساپ، ایمیل‌های کاری، اخبار روز، وضعیت حساب بانکی، سفارش صبحانه آنلاین... همه و همه در کسری از ثانیه در دسترس شماست. حالا تصور کنید همه اینها ناگهان ناپدید شوند. نه برای یک ساعت، نه برای یک روز که برای همیشه. این وابستگی است که میلیون‌ها ایرانی هر روز زیر سایه تهدید این زندگی می‌کنند. با رجوع به خاطره یکصدی ۱۲ روزه جنگ تحمیلی درمی‌یابیم که قطعی جبهه‌ای تاریخی برای ۱۲ روز چگونگی ناپدید شدن چیزها تحت تأثیر قرار دهد. بسیاری از اسامی تاب‌ها به چرخه باره در شوک فرو رفتند و کسب و کارهای آنلاین که هزاران خانواده را تغذیه می‌کردند، فلج شدند. آن ۱۲ روزه، مثل ۱۲ سال گذشت و در حال حاضر که اینترنت در شرایط تقریباً نرمال به سر می‌برد، بسیاری از کسب و کارها همچنان در معرض ضرر و زیان‌های ناشی از ۱۲ روزه قرار دارند.



ایران در رتبه‌بندی سرعت اینترنت جهانی، در رده ۱۱۸ از ۱۳۹ کشور قرار دارد. میانگین سرعت دانلود در ایران ۱۰ مگابیت بر ثانیه است، در حالی که این رقم در کره جنوبی به ۲۰۰ مگابیت می‌رسد.



در تهران، ۷۸ درصد خانوارها به اینترنت دسترسی دارند، این رقم در روستاهای سیستان و بلوچستان به ۱۵ درصد می‌رسد. این شکاف عمیق و توزیع ناعادلانه شبکه جهانی ارتباطات در ایران معادله‌های اقتصادی را به هم می‌ریزد



«احمد» راننده تاکسی اینترنتی، ۳۵ ساله است. او می گوید: «من با قطع اینترنت، درآمد صفر می شود اما با قطع آب، حداقل می توانم کار کنم و آب را به نحوی بخرم یا از همسایه آب بگیرم». این جمله ساده، عمق وابستگی اقتصاد امروز به اینترنت را نشان می دهد



📍 جایگاه ایران در دنیای دیجیتال؛ فاصله‌ای که بزرگ‌تر می‌شود

وقتی به آمارهای جهانی نگاه می‌کنیم، تصویر نگران‌کننده‌تری می‌شود. ایران در رتبه‌بندی سرعت اینترنت جهانی، در دهه ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۶ کشور قرار دارد. میانگین سرعت دالود در ایران ۱٫۱ مگابیت بر ثانیه است، در حالی که این رقم در کشورهایی که ۲۰۰ مگابیت می‌رسد، اما سرعت اینترنت فقط بخشی از داستان پرآب و چشم اینترنت است. در شاخص نوآوری جهانی، کشورهایی با اینترنت آزاد مثل سوئد، سنگاپور و فنلاند در صدر قرار دارند، در حالی که کشورهای با اینترنت محدود، در انتهای جدول جا خوش کرده‌اند. این همه‌سختی‌ها تصادفی نیست.

🔴 شکاف دیجیتال؛ وقتی اینترنت طبقاتی می شود

در حالی که در تهران، ۷۸ درصد خانوارها به اینترنت دسترسی دارند، این رقم در روستاهای سیستان و بلوچستان به ۱۵ درصد می‌رسد. این شکاف عمیق و توزیع ناعادلانه شبکه جهانی ارتباطات در ایران معادله‌های اقتصادی را به هم می‌ریزد. ضمن اینکه در این مدت کسب و کارهای کوچک و متوسط بیشتر از سایر نگاهاهای دیجیتال متحمل ضرر شدند. سرویس اینترنت کسب و کارهای کوچک و متوسط به دلیل ارزان بودن، روی هاستینگ خارجی قرار دارد. در حالی که اساتید که کسب و کارهای اینترنتی بزرگتر، دسترسی بهتری دارند و ارتباطات را دایوپی بر خود دارند، اما وقتی سوی کسب و کارهای خرد می‌رویم آنها از دسترسی بین‌المللی استفاده می‌کنند. هم‌اکنون سرویس این کسب و کارها صفر شده و صدای‌شان را هم کسی نمی‌شنود. در حالی که بسیاری از روستاها حتی مردم با اینترنت کسب و کارهایی را انداز می‌کردند که این مدت دچار مشکل شدند.

❖ مقاومت برابر پیشرفت؛ چرا
برخی هنوز نمی‌فهمند؟

شاید عجیب‌ترین بخش این داستان، مقاومت برخی برابر توسعه اینترنت است. طرح‌هایی مثل «اینترنت ملی» که در ظاهر برای حفاظت از داده‌های ملی است، در عمل به ابزاری برای کنترل و محدودسازی تبدیل شده است. واقعیت آن است برخی هنوز اینترنت را یک تفریح می‌دانند، نه یک نیاز. آنها نمی‌فهمند که در روزگار امروز اینترنت مثل برق است. نمی‌توان برق را قطع کرد و انتظار داشت کارخانه‌ها کار کنند هر چند متأسفانه این اتفاق در حوزه برق هم گاهی رخ می‌دهد و همه انتظار می‌جاریه دارند.

آینده پیش رو؛ دیجیتال یا عقب مانده؟

در دنیایی که هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و تجارت الکترونیک، رکن‌های اصلی اقتصاد شده‌اند، ایران بر سر دوراهی ایستاده است. نظام تصمیم‌گیری در کشور چاره‌ای ندارد جز آنکه با دروازه‌های دیجیتال ران باز و اجازه دهد نسیم پیشرفت به کالبد اقتصاد و اجتماع بوزد یا همچنان بر طبل محدودیت بکوبد و شاهد مهاجرت نخبگان و عقب‌ماندگی اقتصادی باشد.

شاید زمان آن رسیده که بپذیریم اینترنت در قرن ۲۱ همانند آب در عصر کشاورزی و برق در عصر انقلاب صنعتی است، این سرویس لطف دولت‌ها به جوامع نیست بلکه یک حق اساسی است. همان‌طور که دسترسی به آب آشامیدنی برای هر شهروندی یک دسترسی به اینترنت با کیفیت و بدون محدودیت هم باید حق هر ایرانی باشد. وقتی مردم حاضرند بین آب و اینترنت، دومی را انتخاب کنند، این رنگ خطری است که نباید نادیده گرفته شود. این انتخاب نشان می‌دهد که تعریف ما از نیازهای اساسی تغییر کرده است. جلد نهم سیاست‌گذاران است که باید واقعیت‌ها را در این زمینه روشن‌تر سازند و راه‌های لازم را برای دسترسی به اینترنت برای همه فراهم کنند.

گزارش

داستان ساکنان ساختمانی که برای جبران ضعف شبکه، مجبور به خرید بمب آب شدند

وقتی آب سربالا نمی رود

هزینه‌های میلیون تومانی جبران کاهش فشار آب



پیام عابدی
هفت صبح

«۷۰ میلیون» فقط برای این که آب به طبقه چهارم برسد؟» مسعود این را می گوید. و بعد انگار خودش هم شوکه شود، چند لحظه سکوت می کند، و اوپله نیمه تاریک ساختمان بوی نم گرفته و صدای قطره های آب که از لوله اصلی چکه می کند، پس از زمینه حرف های ر و اوم کرده است. این فقط داستان مسعود نیست. در بیشتر ساختمان های شهر، دیگر انتخابی وجود ندارد یا باید پمپ بخرد و مخزن بگذارد یا هر شب صف بطری های آب معدنی را جلوی در خانه بچیند.

🔴 راه‌پله‌هایی که پر از اضطراب شد

«حسین» مدیر مجتمع ۲۰ واحدی شرق تهران، انگشتانش را روی نرده زنگ‌زده می‌کشد و به لامپ‌های نیم‌سوز سقف خیره می‌ماند. صدایش خسته است: «سه ماه قبل فروشنده می‌گفت شاید کامل برای ساختمانمان ۹۵ میلیون تومان می‌شود. گفتم صبر کنیم شاید دولت کاری کند و فشار آب بهتر شود».

صدای یکی از همسایه‌ها از طبقه پنجم بلند می‌شود: «بهرت شد حسین آقا؟! حالا باید ۱۳۰ میلیون بدهیم! همان پمپ دو پروانه که آن موقع ۲۰ میلیون بود، الان کمتر از ۲۷ میلیون گیر نمی‌آید. مخزن هم باید دو برابر بخریم. این یعنی هر واحد هفت میلیون تومان بیشتر!».

حسین سرش را پایین می‌اندازد و زمزمه می‌کند: «آن موقع فکر می‌کردم با کمی صبر مشکل حل می‌شود. هر روز که گذشت، هم فشار آب کمتر شد، هم قیمت‌ها بالا رفت. حالا همه از من جواب می‌خواهند».

مجادله زیرزمینی نصاب و خریدار

«محمد» نصاب قدیمی پمپ، در زیر زمین تاریک ساختمان با دستمال عرق پیشانی اش را پاک می‌کند: «کمتر از ۱۵ میلیون برای اجرت نصب نمی‌شود. اینجا باید نصف اوله کشی را از نو بکشم». حسین که به فهرست هزینه‌ها نگاه می‌کند، اخم می‌داند: «۱۵ میلیون فقط اجرت؟» سال پیش همین کار را ۴ میلیون انجام می‌دادند.

پمپ دو پروانه ایتالیایی بین ۲۵ تا ۳۵ میلیون تومان
 قیمت دارد. مخزن های ۳۰۰۰ لیتری ۲۰ میلیون
 شده اند. اتصالات و شیر آلات؟ ۱۲ تا ۱۸ میلیون و
 دستمزد نصب که نصاب ها کمتر از ۲۵ میلیون تومان
 قبول نمی کنند

«شاه قاجار، همان سال پیش قیمت اوراق یک چهارم این بود. لوله مسی قدما طلا را بخوای بدهی دست کار گر نازکار، بعد از یک ماه میبوی سوزد.»
 و دوباره با صدای همین درخت خرمن گفت: «صدای موتورهایی خاموش قدیمی و بی رطوبت، فضا را سنگین تر می کند. همسایه های یکی پیاپی می آیند، هر کدام بار حرفی می گوید: شاید یک ماه دیگر صبر کنیم ازان تر شد.» دیگری با صدای بلند می گوید: «طبقه پنجم که قطره هم آند ندارد!» مجادله بالا می برد و حسدن آن زن زیر بار طبعان شده می شود.

بازاری که منتظر بی‌آبی است

«فاطمه» یکی از ساکنان ساختمان روبروی می گوید: «سه ماه پیش مخزن ۱۵۰۰ لیتری هفت میلیون بود، حالا ۱۰ میلیون شده. اتصالات و تابلوی برق هر هفته یک قیمت دارد. انگار همه منتظرند آب قطع شود تا بیشتر بفروشند.» بازار تجهیزات آبرسانی حال حاکی شده که هر خبر خشکسالی، یک پله قیمت‌ها بالا رالا می‌برد. فروشنده‌گان، زیر آب در کمبود کالی می‌گویند و خریداران در صف‌های طولانی، هر روز بیشتر از قبل می‌ترسند.

دولتی که نگاه می کند و شانه بالا می اندازد

«هریم» معلم بازنشسته، وسط بحث راه‌پله‌ها داییش را بالا می‌برد: «هر روز به می‌گویند سرصفه خوبی کنید، اما نیست اما می‌گویند چرا دلم‌هاست تیشو که برآسانی درست نشده. کاپیتان جیپ‌مان ملین‌ها هات‌مان چپ‌مان تیشو حمام خانه‌مان خشک نشود؟ او به برشورهای پمپ که روی زمین پخش شده‌اند اشاره می‌کند: «چرا هست، نه حمایتی. همه چیز نقدی و گران. صدای تیشو که وظیفه جاراجه‌هاست، است و چرا ایسی بار را هم ما برآوردیم؟» صدای تایید همسایه‌ها راه‌پله را پر می‌کند اما کاپیتان جواب روشنی ندارد.

🔴 آب، کالایی لوکس

فقط پمپ دو پروانه ایتالیایی بین ۲۵ تا ۳۵ میلیون تومان قیمت دارد. مخزن های ۳۰۰۰ لیتری ۲۰ میلیون شده‌اند. اتصالات و شیر آلات ۱۲ تا ۱۸ میلیون و دستمزد نصب که نصاب‌ها کمتر از ۲۵ میلیون تومان قبول نمی‌کنند. «محمد» نصاب، همانطور که پیچ آخر لوله را سفت می‌کند، زیر پ می‌گوید: «پیچ باور نمی‌داند این قیمت‌ها یک سال پیش نصف بود ولی من هر روز دارم می‌بینم. آب که کم شود، همه چیز طلا می‌شود».

🔴 ترس از فردای بی آب

مسعود در سکوت به صدای خش و شیر آب طبقه چهارم گوش می دهد، جلا پیپ
در زیر زمین ساختمان نصب شده و صدایش مثل مرغان قلبی مصنوعی در گوش
می افتد. می بیند اما نمی شنود! هیچ ساحت راحتی حسین را از «جلسه راهله»
نمی داند؛ اگر الان نرغیر، چند مده دیگر باید ۱۵۰ میلیون بدیمه یی لی سوال
کند که آیا تا بید خردومان خرج کنیم یا روزی می رسد که دولت مسئولیتش
را بر عهده بگیرد؟... هیچ کس جواب نداد. سکوت افاد صدای موتور پمپ
و زدن های ریخته گری بود؛ صدایی که هر دهه؛ صدایی که برای اهالی بی حجاب ندگی اما پشت
این صداهوشنی، زبان کرده گوهر فرادین هم جواب نداده؟

[illegible]



اداره کل راهداری و نقل جاده ای استان ایلام

فراخوان مناقصات عمومی ۱ مرحله ای / ۱ مرحله ای با ارزیابی فشرده ۲ مرحله ای

نوبت دوم ۱۹۷۶۲۸۰

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان ایلام در نظر دارد نسبت به برگزاری مناقصات ذیل اقدام نماید:

شماره مناقصه	موضوع مناقصه	مدت اجرا	برآورد	مبلغ تضمین - ریال	رشته مورد نیاز
۸۲۴۰۲۴۲۷	ایمن سازی، بهسازی و آسفالت راههای بخش زوین آباد شهرستان دهلران	۱۸ ماه	۸۰۷۱۷۶۷۱/۸۹۳۱۷۶۵	۴۰/۳۸۸/۲۴۴/۶۸۸	طبق پیوست

آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه: ۱۴۰۴/۰۵/۱۲
 آخرین مهلت تحویل پیشنهادات: ۱۴۰۴/۰۵/۲۷
 تاریخ بازگشایی پاکات: ۱۴۰۴/۰۵/۲۸

نوع تضمین: تضمین معتبر شرکت در فرایند ارجاع کار به صورت یک یا ترکیبی از ضمانت نامه های موضوع بندهای الف ب، پ، ج و ح ماده ۴ آیین نامه تضمین معاملات دولتی (شماره ۱۳۴۰۲۱۳۴۰۵۰۶۵۹ مورخ ۹۲/۹/۲۷) ۹۴۱۰ باشد.

فیش واریزی نقدی بحساب سپرده ۴۰۶۷۰۶۳۷۰۷۷۶۵۰۷۶۵ - تمرکز وجوه سپرده نزد بانک ملی مرکزی می باشد

کلیه مراحل برقراری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکات و مراحل بعد از آن از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

محل تحویل پاکت الف - ایلام - بلوار مدرس - اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان ایلام - واحد دبیر خانه

جهت دریافت اطلاعات مناقصه به سایت اینترنتی www.setadiran.ir مراجعه نمایید.

تلفن تماس: ۰۸۴۳۳۴۲۹۲۷ - ۰۸۴۳۳۳۳۰۱۹۵ - ۰۸۴۳۳۳۳۸۴۰۰۰ - اداره پیمان و رسیدگی فاکس: ۳۳۴۱۶۳۸

یادداشت

واکنش پزشک‌های به تمجیدهای معاون اجرایی

«جعفر، ول کن!»

مرد سیاست باید با زبان مردم، همان زبانی که با آن در کوچه و بازار دور هم می‌نشینند و می‌اندیشند با آنان سخن بگوید

امید محسنی
هفت صبح

«آقای دکتر پزشک‌های هستند، حالا بنده نمی‌خواهم در حضور ایشان چیزی بگویم اما واقعیت این است که حداقل همه ما به صداقت ایشان باور داریم و باید به آن اعتماد کنیم. انشاءالله همان طور که در زمان انتخابات وعده خلافی ندادند، در اینجا نیز بر همان مبنا عمل خواهند کرد. آنچه مهم است، این است که هر اقدامی در حد توان و امکان انجام شود»...

این جملات بخش‌هایی از اظهارات «جعفر قائم‌پناه» معاون اجرایی رئیس‌جمهور بود که قصد داشت با اصرار، بر صداقت پزشک‌های در سفر به زنجان تأکید کند؛ در نشست که قرار بود رسمی، اجرایی و به دور از اغراق‌های معمول سیاسی باشد، لحظه‌ای رقم خورد که نه‌تنها از جنس سیاست نبود، بلکه رنگ و بوی مردمی به خود گرفت؛ لحظه‌ای که مسعود پزشک‌های با لحنی صمیمی اما صریح و هشدار دهنده، خطاب به معاون خود گفت: «جعفر، ول کن... حرفت را بزن!»

آنچه اتفاق افتاد شاید در قاب یک اتفاق سیاسی معمولی ننگند. در دولت‌هایی که گاه تعریف و تمجید از رئیس‌جمهور به آئینی از جنس وفاداری بدل می‌شود، این صحنه حکم ترمز را برای قطاری داشت که با سرعت به سوی تقدس فردی پیش می‌رفت.

«قائم‌پناه» معاون اجرایی فعلی رئیس‌جمهور و دوست دیرین وی، با اصراری چشمگیر بر شمردن ویژگی‌هایی چون «صداقت بی‌نظیر» و «مردمی بودن مثال‌زدنی» پزشک‌های، کوشید سخنرانی خود را با نوعی پاستوریزه‌سازی از چهره رئیس‌جمهور همراه کند اما پزشک‌های که به‌جای ادبیات سیاسی خشک، به واژگان روزمره مردم کوچه و بازار تکیه دارد، رشته سخن را برید و بی‌پرده گفت: «جعفر، ول کن».

صدای متفاوت: در نقد ستایش

عمیق که نگاه کنیم، این واکنش نه از جنس قهر سیاسی نمایشی بود، نه از جنس کم‌تحملی در برابر احترام. این یک هشدار بود، هشدار که نشان می‌دهد عرصه سیاست و افکار عمومی دیگر حوصله زباده‌گویی و ادبیات تعریف و تمجید را ندارد و دوره تعریف‌های بی‌محابا و غیرقابل باور تمام شده است. این رویه البته با تجربه‌های تاریخی مفهوم عمیق‌تری می‌یابد، زمانی که بسیاری از مسئولان با «مدح مبالغه‌آمیز» به قهرمان‌سازی مشغول بودند. بعد از آمدن دولت چهاردهم حداقل در تعاریف و تفاسیر عملکرد دولت، تغییراتی رخ داد که رئیس‌جمهور سعی دارد آن را به عنوان یک فضیلت سیاسی معرفی کند. جمله رئیس‌جمهوری با همان لحن محاوره، در واقع نغمه‌ای مخالف می‌نوازد که حالا وقت عمل کردن است، حرف خود را بزن! رئیس‌جمهور را نه باید بزک کرد، نه در لاف‌های پیچید. او نه با زبان پیچیده سیاسی که با ادبیاتی آشنا، مثل برشی از گفت‌وگوی مادر بزرگ با نوازش یا قصه‌ای در مترویی پرسرو صدای شهری، از مردم برای مردم می‌گوید.

تقدیس ممنوع: پیام پنهان یک واکنش

حدود یک سالی از آمدن پزشک‌های به قدرت اجرایی گذشته و در این مدت او در مرز باریکی میان صداقت و تعبیر پوپولیستی مخالفان در حال حرکت است. جمله رئیس‌جمهور آگاهانه یا اتفاقی در این واکنش توانست این مرز را روشن کند. باید به اطرافیان مقامات هشدار داد تا خط قرمز خود را برابر تملق و تمجید و تقدس‌سازی حفظ کنند. باید تلاش کرد تا سیاست را از افتادن در دام همان مدح‌نویسی‌هایی که برخی دولت‌های پیشین را از نقدپذیری دور ساخت، بر حذر داشت. باید توجه کرد این زبان بی‌پرده، گرچه ممکن است در فضای سیاسی رسمی کشور «متعارف» تلقی شود اما همان چیزی است که افکار عمومی به آن دل‌بستگی بیشتری دارد. در شرایطی که بی‌اعتمادی به اظهارات اغراق‌گونه برخی سیاست‌پوین با لایه‌هایی از بی‌حوصلگی سیاسی ترکیب شده، اینگونه واکنش‌ها به منزله جر‌های آب زلال است.

علیه قهرمان‌سازی و نمایش

مواجهه پزشک‌های، در ظاهر یک شوخی یا تشر ساده است که احتمالاً به طنز هم کشیده خواهد شد اما در عمق خود، یک استراتژی سیاسی است. باید تیم دولت را از یک خطر بزرگ دور کرد. خطر بازتولید ادبیات نمایشی، بی‌ریشه و سست‌پای زده که مخاطب ایرانی امروز را پس می‌زند. این رفتار چه تصادفی چه آگاهانه چون در دورانی روی داد که بسیاری از دولتمردان با واژه‌های اوتو کشیده و پرده‌های آماده شده از پیش، به صحنه می‌آیند قابل توجه است. مردم سیاست باید با زبان مردم همان زبانی که مردم می‌فهمند، همان زبانی که با آن در کوچه و بازار دور هم می‌نشینند و می‌اندیشند با آنان سخن بگویند. مردم باید باور کنند که دولت قرار نیست با تابلوهای زران‌داز صفات اخلاقی و قهرمان‌سازی‌های تلویزیونی پیش برود. دولت باید زبان مردم باشد، نه زبان روابط عمومی دولت. شاید همین جا، نقطه تمایز مهمی است، حتی اگر در نگاه اول کمی طنز و کمی صراحت غیر متعارف در آن دیده شود.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک شهریار
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

برابر رای اصلاحی شماره ۱۴۰۴۰۳۰۱۰۵۷۰۱۰۷۹۱ پیرو رای شماره ۱۴۰۴۰۳۰۱۰۵۷۰۲۵۴۳۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهریار تصرفات مالکانه بالاعراض متقاضی آقای علی الله زارعی فرزند جعفر بشماره ملی ۴۰۳۰۸۰۱۱۷۱ بصورت شدت‌الک یک باب ساختمان به مساحت ۱۸۰ متر مربع قسمتی از قطعه اول صورتمجلس تفکیکی ۱۲۴۴ مورخ ۶۷/۳/۴۲ از پلاک ۵۰/۲۹۵ واقع در شهرستان شهریار خریداری از مالک رسمی آقای حسن درگاهی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی می‌نمایند می‌توانند از تاریخ انتشار آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۵/۱۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۵/۲۶
مهدی نامری - رئیس ثبت اسناد و املاک
۲۷۸

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۴۰۳۰۱۰۵۷۰۲۵۴۳۵ مورخ ۶۷/۳/۴۲ هیات اول (دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهریار تصرفات مالکانه بالاعراض متقاضی آقای علی الله زارعی فرزند محمد بشماره شناسنامه ۸۷۷۲ شماره ازگرمشماره در شدت‌الک ساختمان به مساحت ۱۸۰ متر مربع قسمتی از پلاک شماره یکصد و هشتاد و یک به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی می‌نمایند می‌توانند از تاریخ انتشار آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۵/۱۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۵/۲۶
فریاد نوری - رئیس ثبت اسناد و املاک
۲۷۸

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۴۰۳۰۱۰۵۷۰۲۵۴۳۵ مورخ ۶۷/۳/۴۲ هیات اول (دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهریار تصرفات مالکانه بالاعراض متقاضی آقای علی الله زارعی فرزند محمد بشماره شناسنامه ۸۷۷۲ شماره ازگرمشماره در شدت‌الک ساختمان به مساحت ۱۸۰ متر مربع قسمتی از پلاک شماره یکصد و هشتاد و یک به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی می‌نمایند می‌توانند از تاریخ انتشار آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۵/۱۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۵/۲۶
فریاد نوری - رئیس ثبت اسناد و املاک
۲۷۸

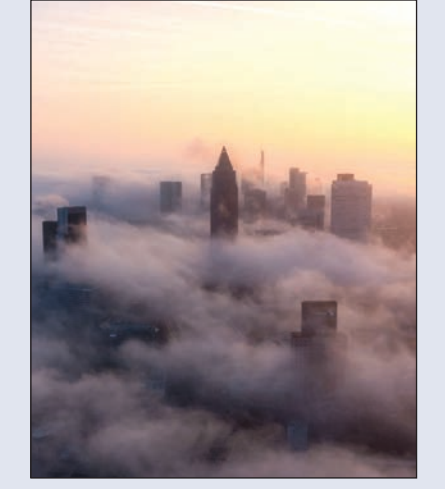
فرمان دست آسیاست

شتاب چین و هندی در جاده‌های فناوری

فولکس‌واگن تیگوان است، آن‌هم با فروش ۵۴۰ هزار دستگاه، یعنی تقریباً نصف فروش صد‌نشین آمریکایی. فرانسه، ایتالیا، سوئد، بریتانیا و چین، هند، آمریکا، کره جنوبی و حتی کشورهای خاورمیانه‌اند. اتحادیه اروپا، که زمانی مظهر خلاقیت فناوریانه بود، حالا در نقش یک ناظر عقب‌مانده ظاهر شده است. در دهه‌های گذشته، اگر می‌خواستید به جغرافیای قدرت صنعتی جهان نگاه کنید، کافی بود به بازار خودروهای جهانی نظری بیندازید. برندهای اروپایی، به‌ویژه آلمانی‌ها، طلایه‌دار فناوری، یعنی، طراحی و حتی پرستیز بودند. اما در سال ۲۰۲۴، جدول پرفروش‌ترین خودروهای جهان روایت دیگری دارد. صد‌نشین با تسلا (با فروش ۱۰۹ میلیون دستگاه از مدل Y)، تعقیب‌کنندگان نزدیکش تویوتا و هوندا هستند و حتی چینی‌ها با BYD جای خود را در جمع بزرگان باز کرده‌اند.

وقتی حتی مرسدس بنز نماد صنعت خودروسازی اروپا با سهمی ۵۶ درصدی در سود نیم‌سال اول ۲۰۲۵ روبه‌رو می‌شود، دیگر تردیدی باقی نمی‌ماند. سود خالص این غول آلمانی از ۶.۱ میلیارد یورو به ۲.۷ میلیارد کاهش یافته است. در آمد کلی ۸.۶ درصد افت کرده و حاشیه سود عملیاتی بخش خودرو، از ۸.۱ درصد به چیزی بین ۴ تا ۶ درصد رسیده است. فروش پایین، هزینه‌های بالا، تعرفه‌های وارداتی جدید و البته برنامه‌های ساختاری برای «افزایش بهره‌وری» که معمولاً به معنای تعدیل نیروست از جمله عوامل این کاهش به شمار می‌آیند.

این‌ها در خلا اتفاق نمی‌افتد. درست همان زمانی که بنز افت می‌کند، شرکت چینی BYD رشد ۳۴ درصدی در سهم خود را تجربه کرده است. برندهای آسیایی نه‌فقط ارزان‌تر، بلکه نوآورتر، سریع‌تر و منطقی‌تر با روندهای جهان جدیدند.



آینده‌آزان کیست؟

در جهانی که در آن برندهای موفق خودرو از تسلا گرفته تا BYD نه‌فقط وسیله حمل‌ونقل، بلکه حامل فناوری و آینده‌اند، اروپا نمی‌تواند فقط با خاطره بنز و بی.ام.دبلیو به میدان بیاید. اگر قدرت از لوله نفت می‌گذرد، امروز از باتری لیتیومی و تراشه هوش مصنوعی هم می‌گذرد و اروپا، در هر دوی این حوزه‌ها از قافله عقب افتاده است. بنابراین می‌توان چنین اندیشید که احتمالاً گذشته اروپا، آینده آسیاست و برعکس.

آزول‌زویس تا مذاکرات هسته‌ای ایران

در عمل، اروپا به شریک دست‌دوم غرب بدل شده است که به شدت به فناوری آمریکایی، سرمایه آسیایی و انرژی وارداتی وابسته است. در حالی که دهه‌ها پیش، همین اروپا بود که با برندهای خود، از اتودی و فیات گرفته تا زیمنس و رولزرویس، جهان را تغذیه می‌کرد.

این عقب‌نشینی فناوریانه، پیوند مستقیمی با افول قدرت چانه‌زنی سیاسی دارد. اتحادیه‌ای که زمانی در قلب مذاکرات هسته‌ای ایران نقش‌آفرین بود و در ترسیم نقشه‌های انرژی و اقلیم نقش محوری ایفا می‌کرد حالا به حاشیه رفته است. در موضوع هسته‌ای ایران، اروپا دیگر آن «بازیگر تعیین‌کننده» نیست. حالا تهران مستقیماً با واشنگتن مذاکره می‌کند یا به ترجیح می‌دهد از مسیر چین، عربستان، عمان یا قطر به‌دنبال راه‌حل باشد. هیچ نشانه‌ای نیست که پایتخت‌های اروپایی از برلین تا پاریس بتوانند نقشی جدی در بازتعریف مناسبات ایران و غرب ایفا کنند.

این ضعف، به‌ویژه در مقابل روسیه آشکارتر است. اروپا که تا چند سال پیش خود را رقیب دیپلماتیک و اقتصادی مسکو می‌دانست حالا فقط با پشتیبانی نظامی، مالی و امنیتی آمریکا توانسته در کنار او کمران بایستد و تحریم‌ها علیه روسیه بیشتر به اقتصاد اروپا ضربه زده‌اند تا به کرملین. این تناقض و وضعیت پیچیده در عرصه خودرو هم به‌روشنی پیداست. اروپا از ورود محصولات چینی نگران است، اما توان رقابت با آنها را ندارد. در عین حال در سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوپدید از جمله خودروهای برقی یا زیرساخت‌های تولید باتری، با کندی و بی‌برنامگی رفتار می‌کند.

در چنین وضعیتی، باید پرسید که آیا اروپا هنوز یک قدرت جهانی است؟ یا به تدریج به حاشیه‌ای امن و آرام برای مصرف، بی‌تأثری و بی‌اثر در معادلات قدرت بدل شده است؟ خودرو فقط بازتاب کوچکی از واقعیت است، واقعیتی تلخ برای قاره سبز که نشان می‌دهد آینده دیگر در اشتوتگارت و پاریس و تورین شکل نمی‌گیرد، بلکه در شانگهای، ستول، بنگلور، ریاض و ابوظبی شکل می‌گیرد.

در اشتوتگارت و پاریس و تورین شکل نمی‌گیرد، بلکه در شانگهای، ستول، بنگلور، ریاض و ابوظبی نوشته می‌شود.

از افول ستاره مرسدس بنز تا حاشیه‌نشینی در مذاکرات هسته‌ای

توقف اروپا در حاشیه جاده قدرت

قاره سبز از کناره‌ها شاهد گفت‌وگوهای تهران و واشنگتن، نقش آفرینی آمریکا در تنش اوکراین و روسیه و غزه است

سود مرسدس بنز با سقوطی ۵۶ درصدی در نیم‌سال اول ۲۰۲۵ از ۶.۱ میلیارد یورو به ۲.۷ میلیارد کاهش یافته است. در آمد کلی ۸.۶ درصد افت کرده و حاشیه سود عملیاتی بخش خودرو، از ۸.۱ درصد به چیزی بین ۴ تا ۶ درصد رسیده است

تسلا با فروش ۱۰۹ میلیون دستگاه صد‌نشین است و تویوتا و هوندا و حتی چینی‌ها با BYD جای خود را در جمع بزرگان باز کرده‌اند و از تعقیب‌کنندگان تسلا هستند

خودرو بازتاب کوچکی از واقعیتی تلخ برای قاره سبز است که نشان می‌دهد آینده دیگر در اشتوتگارت و پاریس و تورین شکل نمی‌گیرد، بلکه در شانگهای، ستول، بنگلور، ریاض و ابوظبی رقم می‌خورد

Union of European

این فرسایش تنها به صنعت خودرو محدود نیست. در حوزه‌های حساس و آینده‌ساز دیگر نیز اروپا جایگاه پیشین خود را از دست داده است. در فناوری اطلاعات، در توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، در سرمایه‌گذاری بر هوش مصنوعی، در رقابت بر سر زنجیره تأمین تراشه‌ها و انرژی‌های نو بازیگران اصلی چین، هند، آمریکا، کره جنوبی و حتی کشورهای خاورمیانه‌اند. اتحادیه اروپا، که زمانی مظهر خلاقیت فناوریانه بود، حالا در نقش یک ناظر عقب‌مانده ظاهر شده است. در دهه‌های گذشته، اگر می‌خواستید به جغرافیای قدرت صنعتی جهان نگاه کنید، کافی بود به بازار خودروهای جهانی نظری بیندازید. برندهای اروپایی، به‌ویژه آلمانی‌ها، طلایه‌دار فناوری، یعنی، طراحی و حتی پرستیز بودند. اما در سال ۲۰۲۴، جدول پرفروش‌ترین خودروهای جهان روایت دیگری دارد. صد‌نشین با تسلا (با فروش ۱۰۹ میلیون دستگاه از مدل Y)، تعقیب‌کنندگان نزدیکش تویوتا و هوندا هستند و حتی چینی‌ها با BYD جای خود را در جمع بزرگان باز کرده‌اند.

این فرسایش تنها به صنعت خودرو محدود نیست. در حوزه‌های حساس و آینده‌ساز دیگر نیز اروپا جایگاه پیشین خود را از دست داده است. در فناوری اطلاعات، در توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، در سرمایه‌گذاری بر هوش مصنوعی، در رقابت بر سر زنجیره تأمین تراشه‌ها و انرژی‌های نو بازیگران اصلی چین، هند، آمریکا، کره جنوبی و حتی کشورهای خاورمیانه‌اند. اتحادیه اروپا، که زمانی مظهر خلاقیت فناوریانه بود، حالا در نقش یک ناظر عقب‌مانده ظاهر شده است. در دهه‌های گذشته، اگر می‌خواستید به جغرافیای قدرت صنعتی جهان نگاه کنید، کافی بود به بازار خودروهای جهانی نظری بیندازید. برندهای اروپایی، به‌ویژه آلمانی‌ها، طلایه‌دار فناوری، یعنی، طراحی و حتی پرستیز بودند. اما در سال ۲۰۲۴، جدول پرفروش‌ترین خودروهای جهان روایت دیگری دارد. صد‌نشین با تسلا (با فروش ۱۰۹ میلیون دستگاه از مدل Y)، تعقیب‌کنندگان نزدیکش تویوتا و هوندا هستند و حتی چینی‌ها با BYD جای خود را در جمع بزرگان باز کرده‌اند.



لایحه‌ای تازه در بریتانیا، خنده در فضای عمومی را جرم انگاری می‌کند

وقتی لب‌خند هم مجوز می‌خواهد

نشانه‌ای دیگر از جهانی که در آن، آزادی‌های فردی به بن‌بست بی‌اعتمادی و کنترل رسیده است



رامتین لطیفی
دبیر بین‌الملل

در هزاره‌ای که بشر بیش از هر زمان، به تصور خودباوری و آزادی خواهی می‌بالد، نشانه‌هایی از تنهایی ژرف، بی‌اعتمادی ساختاری و حتی مهار لب‌خند در حال ظهور است. طنز، خنده و گفت‌وگوی آزاد، روزگاری از آخرین سنگرهای مقاومت در برابر سلطه سیاسی یا ایدئولوژیک بودند. اما حالا، همین عناصر زیسته انسانی، یکی پس از دیگری در حال تبدیل شدن به اموری مشروط، محدود و در مواردی حتی مجرمانه‌اند.

نمونه آخر، بریتانیاست؛ سرزمین طنز سیاه و شوخی‌های بی‌پروا که حالا با طرحی مواجه شده که منتقدان آن را به درستی «ممنوعیت شوخی» نامیده‌اند. بر اساس این لایحه جدید که در ماه ژوئیه ۲۰۲۵ گام نهایی‌اش به سمت تصویب را برداشت، کارفرمایان باید از کارکنان خود در برابر آزار کلامی توسط مشتریان یا رباب‌رجوع محافظت کنند. در ظاهر، این قانون مدافع حقوق کارگران است؛ اما در عمل، کافی‌ست یک پیشخدمت از شنیدن مکالمه‌ای سیاسی یا مزاحی شخصی آزرده شود تا مدیر موظف شود گوینده را ساکت یا اخراج کند. آیا این محافظت در برابر آزار کلامی است یا مهار جامعه از طریق اعمال قدرت؟

شاید هیچ چیز به اندازه طنز، گواهی بر سلامت یک جامعه نباشد. توانایی خندیدن به خود، به موقعیت‌ها، به ناهماهنگی‌ها و تضادها و تناقضات زندگی اجتماعی، نشانه‌ای است از تحمل، از بلوغ فرهنگی و البته نشانه‌ای از نسبی دانستن قدرت. اما آنچه در یک دهه اخیر بر سر طنز و طنزپردازی آمده، نشان می‌دهد که این امکان دیرینه و گرانبهای انسانی، زیر فشار موجی از حساسیت‌های اجتماعی و فرهنگی، در حال پژمردن است. نمونه‌ای روشن‌گر از این ماجرا، سرنوشت سیست‌کام‌های آمریکا در دهه ۹۰ و اوایل ۲۰۰۰ میلادی است. اثری چون «دوستان» یا «آشنایی با مادر» که در زمان

پخش از محبوب‌ترین محصولات رسانه‌ای جهان بودند، امروز در فضای فرهنگی غرب با دیدی به کلی متفاوت نگر بسته می‌شوند. این سریال‌ها زمانی با شوخی‌های بی‌پروا درباره روابط عاشقانه، شکست‌های روزمره، تعصبات قومی، ناهنجاری‌های اجتماعی و حتی جنسیت و نژاد، میلیون‌ها نفر را می‌خندانند. اما حالا، همین خنده‌ها به عنوان اسناد جرم بررسی می‌شوند. عرصه تا جایی تنگ شده که در پلتفرم‌های امروزی، وقتی نسخه‌های قدیمی این سیت‌کام‌ها باز پخش می‌شوند، گاه با هشدارهایی نظیر «برخی از محتوای این برنامه ممکن است برای مخاطبان امروز حساسیت‌برانگیز باشد» همراهند و این فقط یک جمله نیست، بلکه نوعی تغییر بنیادین در معنای شوخی است. دیگر طنز، عرصه بازی زبانی و فرهنگی با جهان نیست، بلکه به زمینی مین‌گذاری‌شده بدل شده که با هر جمله‌اش ممکن است احساسات گروهی را جریحه‌دار کند. شوخی با موضوعاتی چون چاقی، فقر، قومیت یا حتی عادات انسانی، امروز دیگر نه فقط نامناسب، بلکه نامشروع دانسته می‌شود.

اما مگر طنز جز بازی با خطوط ممنوعه است؟ مگر نه اینکه ذات کمدی، نوعی به لبه‌رفتن، مرزها را لمس کردن و از خط قرمزها عبور کردن است؟ اگر هر شوخی و طنزی قرار باشد در دامنه‌ای از «امنیت احساسی» تعریف شود که دیگر چیزی از شوخی باقی نمی‌ماند. در گذشته، کمدی می‌توانست با اغراق در کلیشه‌ها، تضادهای طبقاتی یا تفاوت‌های فرهنگی، موقعیت‌های انسانی را به ایندای تبدیل کند که همه در آن خود را ببینند و بخندند و پس از خنده به فکر فرو روند و به خودشان و آنچه در مقابل دیدگانش می‌گذرد ببیندشند اما امروز، همان اغراق‌ها و کلیشه‌ها بدل به مصداق «جرم نرم» شده‌اند. گویا طنز هم باید تابع آیین‌نامه‌ای تازه شود؛ آیین‌نامه‌ای که نه از جنس ذوق، بلکه از دل ترس، گریز از مسئولیت و وحشت از بازخواست اجتماعی برآمده است.

افزون بر این، ترس از طرد شدن اجتماعی در میان

نویسندگان و کمدین‌ها به پدیده‌ای فراگیر تبدیل شده است. طنز نویسان امروز نه با تردید که با وحشت، قلم به دست می‌گیرند. مبادا جمله‌ای بنویسند که گروهی را برنجاند، مبادا ساختار قدرتی را ناآگاهانه بازتولید کنند، مبادا به‌جای نقد، متهم شوند به همراهی با ظلمی تاریخی. این ترس، نه تنها طنز را کم‌مایه و محافظه‌کار کرده، بلکه به نوعی خودسانسوری مزمن و فلج‌کننده دامن زده است. نمونه‌هایی از این روند را می‌توان در سرنوشت کمدین‌های مشهور هم دید. ریکی جرویس، بیل ماهر، دیو شپل و دیگر چهره‌های طنز معاصر، بارها زیر تیغ نقدهای سنگین قرار گرفته‌اند، نه برای ترویج نفرت، بلکه تنها برای خنداندن. طنزهای‌شان گاهی از پلتفرم‌ها حذف شده یا آن‌ها را به‌دلیل «بی‌توجهی به احساسات اقلیت‌ها» متهم کرده‌اند. حتی ایده ساختن سیست‌کامی مانند «دوستان» یا «آشنایی با مادر» را به محض ساختن فرهنگی امروز، برای بسیاری از تهیه‌کنندگان تلویزیونی خطرناک و غیراقتصادی تلقی می‌شود. مخاطب امروزی، به‌واسطه آموزش رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی، نه فقط تماشاچی، بلکه ناظر اخلاق‌پان هم هست؛ کسی که به محض مواجهه با صحنه‌ای خلاف ارزش‌های تبلیغ‌شده و پذیرفته‌شده جدید، می‌تواند کمپینی برای تحریم یا لغو پخش راه بیندازد. طنز، به‌جای خنداندن، حالا می‌ترساند. نه چون قدرت حاکم با آن می‌جنگد، بلکه چون جامعه‌ای که زمانی با آن می‌خندید، اکنون و تحت تاثیر مفاهیم انتزاعی و نورسیده، از آن آزرده می‌شود.

دنمایی که نمی‌توان در آن شوخی کرد، نمی‌توان با هم خندید، نمی‌توان بی‌محایا نظر داد، نه آزاد است، نه زنده، وقتی حتی لب‌خند باید با احتیاط باشد و طنز باید مجوز و پروانه بگیرد، دیگر چیزی از تجربه انسانی جمعی باقی نمی‌ماند جز خلوت‌هایی قانون‌مند، کلمات عقیم و ترسی همگانی از «زردن» دیگری. شاید پیش از آنکه این روندها نهادینه شوند، باید دوباره درباره مرز آزادی، مسئولیت، شوخی و زندگی ببیندیشیم.

رونق در ظاهر احتیاط در باطن

در حالی که بسیاری از تحلیلگران انتظار رشد محدودی برای اقتصاد آمریکا داشتند، آمارها از ثبت رشد ۳ درصدی در سه‌ماهه دوم ۲۰۲۵ خبر می‌دهند

اقتصاد آمریکا در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۲۵ میلادی، رشدی ۳ درصدی را به ثبت رساند؛ رقمی که از پیش‌بینی اقتصاددانان فراتر رفت و موجی از خوش‌بینی محتاطانه در بازارها ایجاد کرد اما پشت این عدد درشت، جزئیاتی نهفته که روایت متفاوتی از وضعیت واقعی اقتصاد ایالات متحده ارائه می‌دهد. برآورد تازه وزارت بازرگانی آمریکا نشان می‌دهد تولید ناخالص داخلی، با در نظر گرفتن تورم و تغییرات فصلی، از رشد ۲.۳ درصدی مورد انتظار فراتر رفته و به ۳ درصد رسیده است. این در حالی است که در سه‌ماهه نخست سال، اقتصاد آمریکا افتی ۰.۵ درصدی را تجربه کرده بود و بسیاری از ناظران نسبت به نیمه نخست سال با دیده تردید می‌نگریستند اما دلیل این بهبود چیست؟ اگر چه بخشی از آن به رشد اندک مصرف داخلی برمی‌گردد اما عامل اصلی، کاهش چشمگیر واردات است. واردات در این دوره با سقوطی ۳۰ درصدی همراه بود، در حالی که در سه‌ماهه قبل از آن، رشدی ۲۸ درصدی را تجربه کرده بود.

مصرف همچنان در سرازیری
در دل این اعداد بزرگ، مصرف شخصی که بیش از دو سوم اقتصاد آمریکا را در برمی‌گیرد، همچنان با روندی کند همراه است. مصرف خانوارها در سه‌ماهه دوم تنها ۱.۴ درصد رشد داشت؛ عددی بزرگ‌تر از رشد ۰.۵ درصدی سه‌ماهه اول اما به‌مراتب پایین‌تر از سطح میانگین تاریخی در دوره‌های رونق اقتصادی.

کاهش اعتماد مصرف‌کنندگان، تداوم قیمت‌های بالا و نگرانی از آینده اقتصاد، از جمله دلایلی است که کارشناسان برای این روند کمرق مصرف مطرح می‌کنند. این در حالی است که هزینه‌های دولت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی نیز تغییر محسوسی نداشته و حتی در برخی بخش‌ها کاهش یافته است.

تورم، سایه‌ای که هنوز کوتاه نشده
در کنار همه این تحولات، نرخ تورم همچنان بالاتر از هدف فدرال‌رزرو باقی مانده است. شاخص کلیدی برای سنجش تورم در ماه ژوئن سالانه ۲.۶ درصد افزایش یافته و تورم هسته (بدون در نظر گرفتن غذا و انرژی) نیز به ۲.۸ درصد رسیده است؛ ارقامی که نشان می‌دهد مسیر مهار تورم هنوز به پایان نرسیده است. در چنین شرایطی، فدرال‌رزرو ترجیح داد در نشست اخیر خود نرخ بهره را در بازه ۴.۲۵ تا ۴.۵ درصد ثابت نگه دارد. این تصمیم بر خلاف خواسته دونالد ترامپ است که خواهان کاهش فوری نرخ بهره به ۱ درصد شده بود. با این حال، جروم پاول، رئیس فدرال‌رزرو تأکید کرده تا زمانی که نشانه‌های پایداری در کاهش تورم دیده نشود، تغییر در سیاست پولی زود هنگام نخواهد بود.

پشت صحنه رشد: تعرفه‌ها و سیاست‌های تجاری
در نگاه دقیق‌تر، یکی از دلایل اصلی کاهش واردات، اعمال تعرفه‌های تازه از سوی دولت ترامپ است. این تعرفه‌ها، واردات کالاهای چینی و سایر محصولات



لئوناردو دی‌کاپریو، ستاره هالیوود و پیام‌آور صلح سازمان ملل، به دلیل سرمایه‌گذاری در هتلی لوکس در نزدیکی تل‌آویو، مورد انتقاد شدید جامعه جهانی قرار گرفته است. این پروژه ۵۱ هزار مترمربعی با ۱۴ طبقه و ۳۶۵ اتاق، در حالی تصویب شده که جنایات اسرائیل در غزه ادامه دارد. دی‌کاپریو با ۱۰ درصد سهام، در کنار گروه هاگاک و برادران کوهن، در این اقدام، خشم فعالان و معترضان را برانگیخته؛ شان کینگ، نویسنده و کنشگر، در شبکه ایکس نوشت: «در حالی که غزه گرسنه است، دی‌کاپریو هتلی ۱۴ طبقه در اسرائیل می‌سازد» و او را به سودجویی از آبار تاید متهم کرد. بسیاری نیز او را کاسب خون بی‌گناهان نامیدند. در شرایطی که صف همکاران دی‌کاپریو در حمایت از فلسطین و محکوم کردن اسرائیل روز به روز شلوغ‌تر و پررونق‌تر می‌شود، این تصمیم او که باید نماد صلح باشد، مایه تأسف و دل‌سردی است. دی‌کاپریو هنوز به این انتقادات پاسخی نداده است.

پنگه دنیا



خارجی را کاهش داده و باعث شده بخشی از تقاضا به تولیدکنندگان داخلی سوق پیدا کند، هر چند با هزینه‌های بالاتر برای مصرف‌کننده. منتقدان این سیاست‌ها می‌گویند کاهش واردات اگر چه به بهبود مصنوعی شاخص‌های اقتصادی منجر می‌شود اما در بلندمدت می‌تواند به کاهش بهره‌وری، افزایش هزینه تولید و کندی رشد واقعی بینجامد. با این حال، حامیان دونالد ترامپ آن را گامی برای «حیای صنعت داخلی» و کاهش وابستگی به بازارهای خارجی می‌دانند.

چشم‌انداز مبهم نیمه دوم
در حالی که رشد ۳ درصدی در ظاهر دلگرم‌کننده است، تحلیلگران هشدار می‌دهند که تداوم این روند در نیمه دوم سال تضمین‌شده نیست. بسیاری از شاخص‌های بنیادین، از جمله سرمایه‌گذاری، مصرف و تولید صنعتی، همچنان با ضعف مواجه‌اند. همچنین تداوم تعرفه‌ها و عدم قطعیت در سیاست‌های پولی و مالی، فضای پیش‌بینی را تیره کرده است. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که اگر مصرف داخلی تقویت نشود و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی بهبود نیابد، رشد سالانه ۲۰۲۵ به زحمت از ۱.۵ درصد عبور خواهد کرد؛ رقمی کمتر از رشد ۲.۸ درصدی سال ۲۰۲۴. به‌عبارتی، رشد سه‌ماهه دوم بیش از آنکه نشانه‌ای از بازگشت پرشتاب اقتصاد باشد، شاید تنها وقفه‌ای در یک روند نگران‌کننده باشد.

شناسه آگهی: ۱۹۷۳۲۴۵

فراخوان مناقصات عمومی یک مرحله‌ای همراه با ارزیابی کیفی

خرید یک دستگاه PTW electrometer و یک دستگاه Farmer Chamber

گمرک جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد نسبت به خرید از طریق مناقصه عمومی یک مرحله‌ای همزمان با ارزیابی کیفی اقدام نماید. بدینوسیله از اشخاص (حقیقی / حقوقی) واجد شرایط، جهت شرکت در این مناقصات به شرح ذیل دعوت بعمل می‌آید:

۱- **فراخوان مناقصات عمومی یک مرحله‌ای:**

ردیف	شماره فراخوان	موضوع	مبلغ تضمین (ریال)
۱	۲۰۰۴۰۳۰۴۰۰۰۱۱	یک دستگاه PTW electrometer و یک دستگاه Farmer Chamber	۳,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰

۲- تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار به صورت ضمانتنامه بانکی معتبر یا واریز وجه نقد به حساب شماره ۴۰۰۱۰۰۱۱۰۶۲۷۰۳۰۶ به نام تمرکز وجوه سپرده گمرک ج.ا. می باشد.

۳- **محل، زمان و مهلت دریافت اسناد مناقصه، ارسال پیشنهاد و بازگشایی پاکت ها:**

۱-۳- کلیه مراحل برگزاری مناقصات از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی www.setadiran.ir انجام می پذیرد و مهلت دریافت اسناد از ساعت ۸:۰۰ تا تاریخ ۱۴۰۴/۰۵/۰۷ الی ساعت ۱۶:۰۰ تاریخ ۱۴۰۴/۰۵/۱۷ می باشد.

۲-۳- پاکت (الف) حاوی اصل تضمین حداکثر تا ساعت ۱۴:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۶/۰۱، به نشانی: تهران- بالاتر از میدان ولیعصر(عج) - جنب کوچه شهیدقیومی- ساختمان مرکزی گمرک جمهوری اسلامی ایران- طبقه اول- اداره کل توسعه و تجهیز- اتاق ۱۰۹ تحویل گردد.

۳-۳- مهلت ارسال الکترونیکی پاکت های پیشنهاد حداکثر تا ساعت ۱۴:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۶/۰۱ از طریق سامانه ستاد می باشد.

۴-۳- زمان بازگشایی پاکت مناقصه روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۶/۰۳ ساعت ۱۰:۰۰ صبح خواهد بود.

مناقصه گران می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سامانه ستاد، پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات و پورتال گمرک به نشانی www.irica.gov.ir مراجعه و یا با شماره تلفن ۰۲۱-۸۲۹۹۲۱۲۰ تماس حاصل نمایند.

اداره کل توسعه و تجهیز گمرک جمهوری اسلامی ایران
اداره امور قرارداده‌ها و مناقصات



0920 200 17 07

شماره اختصاصی روزنامه هفت صبح برای دریافت پیام متنی، تصویری و ویدئویی

از طریق پیامک، تلگرام و واتس‌اپ

شناسه آگهی: ۱۹۷۳۲۱۸۸

نوبت اول

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای همزمان با ارزیابی کیفی

شماره فراخوان: ۲۰۰۴۰۹۲۸۶۸۰۰۰۰۱۴

مناقصه گزار: شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه هرمزگان
موضوع: مناقصه استفاده از بخش خصوصی در سرویس های صنعتی و کنترل کیفیت تاریخ مهلت و نشانی محل دریافت تحویل اسناد مناقصه:

پس از انتشار آگهی در روزنامه کلیه مناقصه گران برای دریافت کامل اسناد مناقصه و بارگذاری پاکت های الف - ب و ج به سایت <http://setadiran.ir> مراجعه نمایند.

۱. نوع و مبلغ تضمین : ضمانت نامه فرایند ارجاع کار مناقصه به مبلغ ۲/۳۳۹/۰۰/۰۰۰ (دو میلیارد و سیصد و سی و نه میلیون ریال) در صورت واریز نقدی به شماره حساب ۲۱۷۳۵۸۸۰۲۸۰۰۳ بانک مرکزی یا به شماره شبا ۲۸۰۰۳۰۲۱۷۳۵۸۸۰۲۸۰۰۳ IR (حساب در بانک ملی شعبه نفت می باشد) به نام شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران منطقه هرمزگان. (شماره ثبت ۶۷۳۳۲، کد اقتصادی: ۴۱۱۱۱۱۷۳۲۹۷۹، شناسه ملی: ۱۴۰۰۷۴۸۱۴۱، کدپستی: ۱۴۵۵-۷۹۱۷۹) (به غیر از تضمین بانک گردشگری و بانک پاسارگاد و کارگزاران آن).

۲. مبلغ برآورد ۴۶,۷۶۶۸۰,۲۳۰۷ ریال.

۳. مدت اجرای کار ۱۲ ماه می باشد.

۴. ارائه سابقه کاری مرتبط داشتن حداقل دو قرارداد مشابه.

۵. دارا بودن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی و گواهینامه تعیین صلاحیت کارازاداره کل تعاون و کارورقاره اجتماعی.(تصویر گواهینامه ها دهر دو پاکت ب و پاکت ارزیابی کیفی قرار داده شود).

۶. استعلام اصالت و رتبه گواهی تعیین صلاحیت پیمانکاران صرفاً از طریق سامانه مربوطه انجام می پذیرد.

۷. رتبه درج شده در گواهی تعیین صلاحیت پیمانکاران در ارزیابی مناقصه گران مؤثر می باشد.

۸. در صورت لزوم تعیین برنده پیمانکار مناقصه طبق دستورالعمل ارزیابی مالی مناقصه گذار به روش تعیین دامنه قیمت متناسب انجام میپذیرد.

۹. ارائه آگهی مربوط به شخص یا اشخاصی که طبق آخرین تغییرات در روزنامه رسمی مجاز به امضاء اسناد تعهد آور شرکت می باشد. (تصویر آخرین تغییرات اساسنامه در پاکت ب و پاکت ارزیابی کیفی قرار داده شود).

۱۰. تصویر اساسنامه شرکت (مناقصه گر) در پاکت ب و پاکت ارزیابی کیفی قرار داده شود.

۱۱. ارائه تاییدیه آخرین نمونه امضاء مدیرعامل و رئیس هیات مدیره در پاکت ب و پاکت ارزیابی کیفی.

۱۲. احراز امتیاز حداقل ۶۰ براساس معیارهای ارزیابی کیفی و توانمندیهای بهداشتی و زیست محیطی (HSE) الزامی می باشد.

۱۳. تصویر کلیه گواهینامه ها و مدارک فوق در هر دو پاکت ب و پاکت ارزیابی کیفی قرار داده شود.

۱۴. توزیع اسناد پس از انتشار آگهی از تاریخ ۱۴۰۴/۰۵/۱۱ لغایت ۱۴۰۴/۰۵/۲۱، مهلت بارگذاری پاکت های (الف،ب،ج) در سامانه ستاد ایران از مورخ ۱۴۰۴/۰۵/۲۲ تا ساعت ۱۹ مورخ ۱۴۰۴/۰۶/۰۹ می باشد، بازگشایی پاکت ارزیابی کیفی مورخ ۱۴۰۴/۰۶/۱۱ و تاریخ بازگشایی پاکتهای(الف ،ب و ج) متعاقب اعلام خواهد شد(پاکت تضمین در یک لفاف سربسته در مهلت و محل تعیین شده همراه با نامه به دبیر خانه مناقصات این شرکت تحویل گردد).

۱۵. جلسه توجیهی مورخ ۱۴۰۴/۰۵/۲۵ ساعت ۱۰ صبح برگزار می گردد.

۱۶. پس از طی مراحل قانونی، پاکت های الف، ب و ج مناقصه گرانی بازگشایی خواهد شد که حداقل امتیاز لازم در ارزیابی HSE را کسب کرده باشند.

۱۳. به پیشنهادهای فائق‌الامضاء، مشروط، مخدوش و همچنین پیشنهادهاتی که پس از مهلت مقرر در فراخوان واصل گردد ترتیب اثر داده نخواهد شد. ارقام به ریال و حروف / عدد درج و فاقد خط خوردگی / لاک گرفتگی باشد.

*** نکته مهم تمامی مناقصه گران / شرکت باید در سامانه ثبت نام و کلیه پاکت های الف - ب و ج و ارزیابی خود را در سامانه ستاد ایران بارگذاری نمایند(فایل‌ها می‌بایست به صورت بی دی اف باشد، پاکت ب و ارزیابی بدلیل حجم بالای فایل ترجیحا" به صورت فشرده و در قالب یک فایل باشد.) بازگشایی با حداقل سه مناقصه‌گر انجام خواهد شد.

چاپ نوبت دوم: ۱۴۰۴/۵/۱۲

روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه هرمزگان

چاپ نوبت اول: ۱۴۰۴/۵/۱۱

۲۷۵



مخاطبی که میان سانسور تلوزیون و سرگرمی پلتفرم‌ها گرفتار است

از قلاب تنگ تا قلاب تهی

- کثیریان: ادعای تلوزیون پر بیننده‌ترین رسانه است، تبلیغاتی و بدون سند است، باید در عمل اثبات شود
- اکبر لو: برنامه‌های سینمایی پلتفرم‌ها گفت‌وگو محورند و بیشتر حول سلبریتی‌ها می‌چرخند تا نقد تخصصی و عمیق!

سمیه خاتونی
هفت صبح

از نیازهای فرهنگی و معرفتی او را پاسخ می‌دهند. در این وضعیت بحرانی، نه رسانه ملی توانسته جایگاه خود را به عنوان مرجع حفظ کند نه فضای آزاد پلتفرم‌ها، محتوای غنی و فرهنگ‌سازی مطلوبی عرضه می‌کند. در گفت‌وگو با کیوان کثیریان و منوچهر اکبر لو، به واکاوی دلایل این خلا فرهنگی و رسانه‌ای پرداختیم و راهکارهای ممکن برای احیای ارتباط

کثیریان: بوقچی با ادعای می‌تواند مخاطب را ننگه دارد

«مخاطب ایرانی امروز میانه یک برزخ رسانه‌ای قرار گرفته است. از یک سو، تلوزیون با رویکردی ایدئولوژیک، مخاطب معمول را پس می‌زند و از سوی دیگر، شبکه‌های نمایش خانگی صرفاً به سرگرمی‌های سبک و کم‌محتوا بسنده می‌کنند؛ جز معدود برنامه‌هایی که در آن تلاشی برای ارتقای دانش فرهنگی یا گفت‌وگو سازی دیده می‌شود. در چنین فضایی، مخاطب گویی از هر دو سطر دشه: نه با تلوزیون ارتباط می‌گیرد و نه در برنامه‌هایی مانند «جوکر» یا «کارناوال» نشانه‌ای از تفکر، تحلیل یا آگاهی می‌یابد. به نظر شما، این وضعیت از چه عواملی ناشی می‌شود و راه‌برون رفت از آن چیست؟

تلوزیون به جای پذیرش نقد، پشت دیوار اتهام‌زنی سنگر گرفته و هر صدای منتقدی را با پرچسب‌های سیاسی طرد می‌کند. اگر کسی از سیاست‌های برنامه‌سازی انتقاد کند، بلافاصله متهم می‌شود به هم‌سوئی با صدای بیگانه. این همان سیاست حذفی و ایدئولوژیک‌زده است که در سال‌های اخیر در برخی نهادهای رسمی نیز دیده می‌شود. اگر از دولت انتقاد کنی، می‌شوی ضدانقلاب. اگر بررسی چرا برق و آب قطع می‌شود، صدایت را هم‌نوا با اسرائیل تلقی می‌کنند! این فضای تنگ‌نظرانه، راه هر گونه اصلاح درونی را بسته و رسانه ملی را از کار ک‌داصلی‌اش، یعنی ایجاد گفت‌وگو و آگاهی‌رسانی دور کرده است. تلوزیون در حال باز تولید این فرمول تکراری است.

آیا چنین رفتاری می‌تواند به اصلاح امور یا بازگشت اعتماد مخاطب منجر شود؟ رسانه‌ای که پنهان کاری می‌کند، روایت‌ها را دستکاری می‌کند و حقیقت را طور دیگری جلوه می‌دهد، دیگر نمی‌تواند مرجعیتی برای مخاطب باشد. طبیعی است که در چنین شرایطی، مرجعیت رسانه‌ای از داخل کشور به بیرون منتقل شود. آن وقت با تعجب می‌پرسند چرا مردم سرسراغ رسانه‌های خارجی



اکبر لو: دور نمای جدی و مستمری برای ترویج فرهنگ وجود ندارد

منوچهر اکبر لو، منتقد و تحلیل‌گر با سابقه عرصه تئاتر و رسانه، در این گفت‌وگو به چالش‌ها و تناقض‌های فضای رسانه‌ای امروز ایران می‌پردازد. او با نگاهی دقیق به وضعیت تلوزیون، شبکه‌های نمایش خانگی و هنرهای نمایشی، از کاهش اعتماد عمومی، محدودیت‌های نظارتی و ضعف‌های محتوایی سخن می‌گوید و راهکارهایی برای بازسازی ارتباط بین تولیدکنندگان محتوا و مخاطبان ارائه می‌دهد.

«عملکرد دو رسانه تلوزیون و شبکه نمایش خانگی در پاسخگویی به نیازهای مخاطب امروز چگونه است؟ آیا می‌توانند انتظارات جامعه را برآورده کنند؟ با توجه به نظارت شدید و محدودیت‌های اعمال شده بر هر دو، طبیعی است که هر دو نتوانند همه نیازهای مخاطب را پوشش دهند. همین موضوع باعث شده شبکه‌های مجازی مانند آپارات، یوتیوب و شبکه‌های ماهواره‌ای خارجی، مخاطبان قابل توجهی جذب کنند. هر چند پلتفرم‌ها تنوع بیشتری در محتوا دارند، اما به دلیل درگیری‌های مکرر با نهادهای نظارتی مثل ساترا، با بی‌اعتمادی و کاهش مخاطب روبه‌رو هستند. «سینما روزی برنامه «مجله تئاتر» را در شبکه چهار داشتید؛ با توجه به این تجربه،

پناه نبرند، اما واقعاً جایگزین داخلی چیست؟ فقط جعل خبر نیست. این دروغ، لایه‌لایه در ساختار رسانه رسوخ کرده. در روایت‌ها، در شخصیت‌پردازی‌ها و حتی در روایت تاریخ، وقتی رسانه‌ای این چنین بی‌اعتماد می‌شود، مردم به ناچار سراغ رسانه‌ای دیگر می‌روند. در این میان، پلتفرم‌ها و شبکه‌های نمایش خانگی حداقل در حوزه سرگرمی به زندگی مردم نزدیک‌ترند و راست‌گوتر عمل می‌کنند. این رسانه‌ها اگر چه لزوماً آگاهی‌بخش نیستند، اما صداقت بیشتری در نمایش واقعیت اجتماعی دارند. البته باید پذیرفت که بخش خصوصی به دنبال درآمد است و اگر کیفیت نداشته باشد، نمی‌فروشد. این انگیزه اقتصادی، در نهایت به تولید بهتر منجر می‌شود. اما تلوزیون که با پول بیت‌المال اداره می‌شود؛ برایش مهم نیست که برنامه‌اش دیده شود یا نه، چون دغدغه بازگشت سرمایه ندارد.

«با توجه به تجربه من و بسیاری از مخاطبان، امروز عملاً همه به سمت پلتفرم‌ها گرایش یافته‌اند. سریال‌ها و حتی مسابقات این پلتفرم‌ها بیشتر دیده می‌شوند، در حالی که محصولات تلوزیون حتی با بودجه‌های کلان، تأثیرگذار نیستند و انگار دیگر کسی سراغ تلوزیون نمی‌رود. شما این تغییر را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

کاملاً درست است. کافی است میزان تماشای سریال‌های پلتفرم‌ها را با سریال‌های تلوزیون مقایسه کنید؛ تفاوت فاحش است. مسابقات تلوزیونی هم همین وضعیت را دارند. حتی با وجود محدودیت‌ها و هزینه‌های کمتر، مسابقات پلتفرم‌ها تأثیرگذاری بیشتری دارند. به همین دلیل است که هنرمندان یکی یکی از تلوزیون مهاجرت کرده و به سمت شبکه‌های نمایش خانگی رفته‌اند. امروز کمتر کسی حاضر است برای تلوزیون کار کند، مگر در موارد بسیار خاص و با دستمزد نجومی! زمانی تلوزیون می‌توانست سرمایه‌گذاری‌هایش را جبران کند، اما اکنون نمی‌تواند؛ چون اعتبار خود را از دست داده است. جری‌ها و برنامه‌سازهای قدیمی همه رفته‌اند. اگر امروز از مردم بخواهید پنج مجری فعلی تلوزیون را نام ببرند شاید یکی دو نفر را بشناسند؛ آن هم با کیفیت اجرای بسیار پایین‌تر نسبت به گذشته. مشکل اصلی تلوزیون این است که چون بودجه‌اش از بیت‌المال تأمین می‌شود و اعداد نجومی در اختیار دارد، اصلاً برایش مهم نیست مردم تماشايش کنند یا نه. حساسیتی به جذب مخاطب ندارد و مأموریتش جلب رضایت نهادهای خاص است. نه مخاطب. این نگاه غیرمسئولانه، تلوزیون را به خاک سیاه نشاند. وقتی کسی ادعا می‌کند تلوزیون پر بیننده‌ترین رسانه است، صرفاً یک ادعای تبلیغاتی مطرح می‌کند. درست مانند ادعایی که بدون ارائه سند بگوید «رسانه اول جهان». چنین ادعاهایی تنها زمانی ارزش دارند که در عمل اثبات شوند.

کمی متفاوت است. در حوزه سینما چند برنامه ساخته و پخش می‌شود چون مدیران به این حوزه تمایل دارند. این برنامه‌ها هم معمولاً به گفت‌وگوهای سطحی و سبک محدود می‌شوند و اجازه ورود به ریشه‌های آسیب‌زننده سینما را ندارند. از طرفی اکثر برنامه‌های سینمایی پلتفرم‌ها نیز تا کت‌شوهای گفت‌وگو محورند و بیشتر حول چهره‌ها و سلبریتی‌ها می‌چرخند تا نقد تخصصی و عمیق! اما در تئاتر نیاز به خردورزی و تعمق بیشتر است و متأسفانه پلتفرم‌ها تمایلی به چنین برنامه‌هایی ندارند. این را هم بگویم که من در حال مذاکره با چند پلتفرم هستم تا برنامه‌ای تخصصی برای تئاتر تولید کنیم. برنامه‌ای که بتواند بخش‌هایی مانند سبک‌شناسی و نقد تحلیلی را به زبانی ساده و قابل فهم برای مخاطب عام ارائه دهد، نه صرفاً نمایش دانش گوینده.



«آیا همچنان باز خورده‌های مثبتی از مخاطبان برنامه مجله تئاتر دریافت می‌کنید؟ تئاتر از سوی تماشاگران، به ویژه از سوی تماشاگران استان‌ها که دسترسی کمتری دارند، به خوبی پذیرفته شده است. این نشان‌دهنده علاقه مخاطبان به تئاتر است. ما در تلاشیم تا با تولید محتوای جذاب‌تر و با کیفیت‌تر، بتوانیم مخاطبان بیشتری را جذب کنیم.

«چرا بی‌پری بیننده بودن برنامه‌های شبکه‌های نمایش خانگی هم از همین

«با این حال، به نظر می‌رسد شبکه‌های نمایش خانگی بیشتر بر جنبه سرگرمی تمرکز دارند تا آگاهی‌بخشی یا ارتقای فرهنگ. چگونه می‌توان نمونه‌های موفق‌تری مانند برنامه «کنون» را در این فضا بیشتر کرد؟ مسئله این است که شبکه‌های نمایش خانگی بخش خصوصی است و طبیعتاً جذب مخاطب برایش اهمیت بالاتری دارد. البته سیاست‌گذاری برای تولید برنامه‌هایی مثل «کنون» یا «سینج» هم وجود دارد؛ برنامه‌هایی با محتوایی متفاوت و نسبتاً سنگین در کنار فضای سرگرم‌کننده و عمومی. پلتفرم‌ها شبیه سینما عمل می‌کنند چون مخاطب عام عموماً به کم‌دیدی توجه بیشتری نشان می‌دهد. پس برنامه‌هایی مانند «جوکر»، «کارناوال» و «مافیا» ساخته می‌شود چون مخاطب آن‌ها را می‌پسندد. در حوزه سریال وضعیت کمی بهتر است؛ آثار ملودرام یا تاریخی بازخورد بهتری دارند، اما در زمینه برنامه‌سازی سطحی‌نگری دیده می‌شود. سرگرمی‌سازی یک تیغ دو لبه است. اگر خیلی محافظه‌کارانه عمل کنید، مخاطب استقبال نمی‌کند و اگر کمی جسورانه‌تر عمل کنید، ممکن است به سمت ابتذال سوق پیدا کند. یافتن حد و مرز میان این دو، بزرگ‌ترین چالش است. پلتفرم‌ها با عمر حدود سه تا چهار سال هنوز نوپا هستند، باید به آن‌ها فرصت داد تا رشد کنند و مسیر خود را پیدا کنند.

«با توجه به این سابقه چگونه کیفیت تولیدات شبکه‌های نمایش خانگی بالاتر از تلوزیون است؟ نکته مهم همین است. آن‌ها سعی می‌کنند برخلاف تلوزیون عمل کنند؛ یعنی از هر کاری که تلوزیون انجام می‌دهد، خودداری کنند. این واکنشی طبیعی به وضعیت موجود است. سریال‌سازها و برنامه‌سازانی که امکان کار در تلوزیون را ندارند، جذب شبکه‌های نمایش خانگی می‌شوند. پلتفرم‌ها، برنامه‌هایی تولید می‌کنند که در تلوزیون امکان پخش ندارند، مانند برنامه‌هایی با محتوای موسیقی و خاص. این باعث شده کیفیت تولیدات‌شان افزایش پیدا کند. با این حال، پلتفرم‌ها باید درک کنند که مخاطبان طیف‌های مختلفی دارند و تنوع برنامه‌ها بسیار اهمیت دارد. برای مثال، تلوزیون در روزهای خوب خود شبکه چهار داشت که برنامه‌های تخصصی و فرهنگی پخش می‌کرد یا برنامه‌های ورزشی و سرگرمی را در زمان مناسب ارائه می‌داد. پلتفرم‌ها نیز باید به سمت تولید برنامه‌های متنوع حرکت کنند؛ از جمله برنامه‌های ورزشی، فرهنگی، ادبی و... تا بتوانند باسخت‌گویی سلیقه‌های مختلف باشند و کم‌کم تنوع تولیدات‌شان را بالا ببرند.

سطحی‌نگری می‌آید؟ تولیدات متنوع و گسترده در پلتفرم‌ها به خوبی نشان می‌دهد که رسانه‌های دولتی، به دلیل ساختار بسته و رویکرد سیاسی، قادر به پاسخگویی به همه سلاقی و نیاز مخاطبان نیستند. به همین دلیل، پلتفرم‌های خصوصی و غیردولتی می‌توانند نقش بسیار مهمی در بازنمایی تکر دیدگاه‌ها و سلاقی ایفا کنند و صدای بخش‌هایی از جامعه را که در رسانه‌های رسمی کمتر شنیده می‌شوند، منتقل کنند. البته هنوز راه زیادی در پیش است. بسیاری از این برنامه‌ها هنوز سطحی‌اند یا بیشتر حول چهره‌های شناخته شده می‌چرخند، اما همین گام اولیه می‌تواند زمینه‌ساز تولید محتوای تخصصی‌تر و عمیق‌تر شود و مخاطب را از محدودیت رها سازد.

«وقتی دور نمای جدی و مستمری برای ترویج فرهنگ وجود نداشته باشد، برنامه‌های موفق ناگهان تعطیل می‌شوند و تلاشی برای ادامه و تثبیت آن‌ها صورت نمی‌گیرد. به همین دلیل، برنامه‌های پر محتوا در شبکه‌های مختلف مانند کتاب، تئاتر، موسیقی و غیره نیز پس از مدتی قطع می‌شوند. یکی از دلایل اصلی این وضعیت این است که چنین برنامه‌هایی بیشتر نتیجه تلاش و شوق فردی عوامل‌شان هستند، نه همسو با رویکرد اصلی و اهداف کلان رسانه‌ای که آن‌ها را پخش می‌کند. اشاره کردید به برنامه نقد تئاتر که من داشتم. بعد از آن و همچنین «شب تئاتر»، هیچ برنامه دیگری در زمینه تئاتر در تلوزیون تولید نشده است. تلوزیون هیچ‌گاه تمایلی به ترویج تئاتر، حتی تئاتر مذهبی، نداشته است. البته در مورد سینما اوضاع



کافی است میزان تماشای سریال‌های پلتفرم‌ها را با سریال‌های تلوزیون مقایسه کنید؛ تفاوت فاحش است. مسابقات تلوزیونی هم همین وضعیت را دارند

سریال‌سازها و برنامه‌سازانی که امکان کار در تلوزیون را ندارند، جذب شبکه‌های نمایش خانگی می‌شوند. پلتفرم‌ها، برنامه‌هایی تولید می‌کنند که در تلوزیون امکان پخش ندارند، مانند برنامه‌هایی با محتوای موسیقی و خاص. این باعث شده کیفیت تولیدات‌شان افزایش پیدا کند

وقتی دور نمای جدی و مستمری برای ترویج فرهنگ وجود نداشته باشد، برنامه‌های موفق ناگهان تعطیل می‌شوند و تلاشی برای ادامه و تثبیت آن‌ها صورت نمی‌گیرد. به همین دلیل، برنامه‌های پر محتوا در شبکه‌های مختلف مانند کتاب، تئاتر، موسیقی و غیره نیز پس از مدتی قطع می‌شوند

مستمری برای ترویج فرهنگ وجود داشته باشد، برنامه‌های موفق ناگهان تعطیل می‌شوند و تلاشی برای ادامه و تثبیت آن‌ها صورت نمی‌گیرد. به همین دلیل، برنامه‌های پر محتوا در شبکه‌های مختلف مانند کتاب، تئاتر، موسیقی و غیره نیز پس از مدتی قطع می‌شوند

۱- آگاه و بیدار- فیلمی از رضا کشاورز
 ۲- یار ژولیت- نظر کردن به چیزی-
 ۳- تپه‌ها و پشته‌ها- برهنه و لخت-
 ۴- وسيله‌ای که گرما تولید می‌کند
 ۵- رمق آخر- زن نازا و عقیم- نوعی قطع
 ۶- از حیوانات اهلی- اردوگاه و خیمه
 ۷- وزیر-تر- پسوند الودگی
 ۸- پرواز کردن- گریز گاهان-
 ۹- حرف دوم انگلیسی- عارف و
 ۱۰- وسیله مورد نیاز نجات- روش و شیوه-
 ۱۱- پاکیزه تر- جمع هدیه- کلاه فرنگی
 ۱۲- بر آمدن خورشید هنگام صبح-
 ۱۳- پست ورزشی ذهنی
 ۱۴- شطرنج- از داروهای مریض-
 ۱۵- بخشیدن- راه‌های
 ۱۶- شش‌دینی مقوی- جوانمرد
 ۱۷- ریاضیدان و ایلمر- ریاضیدان

