



سلبریتی

روشنفکران را می‌شود به دو دسته سلبریتی و غیر سلبریتی تقسیم نمود. روشنفکران غیرسلبریتی همان روشنفکران عمومی یا مردم‌مدار هستند که در مقابل روشنفکران سلبریتی قرار می‌گیرند.

در حالی که دغدغه روشنفکر سلبریتی همواره جلب توجه بیشترین تعداد مخاطبان موجود است چه در قالب افزایش فالوورهایشان در فضای مجازی و چه افزایش خوانندگان کتاب‌ها و مقالاتشان. **متن کامل در صفحه ۲ و ۳**

برند خوب، برند بد

از لحاظ جامعه‌شناسی نمی‌توان به طور قطعی و همه‌جانبه، گرایش به مد را صرفاً مثبت و یا کاملاً منفی معرفی کرد چرا که مشکل اصلی در این میان ورود و هجوم فرهنگ بیگانه و غربی است تا اصل مد و مدگرایی.

از اوایل دهه ۷۰ و با اوج‌گیری ورود ماهواره به ایران، موج گسترده‌ای از انواع برندها و مدهای غربی جامعه ایرانی را در بر گرفت. **متن کامل در صفحه ۴**

بی‌فایده، با ضرر

این یک واقعیت انکارناپذیر است که آمریکایی‌ها به مذاکره با ایران احتیاج دارند.

جمهوری اسلامی به‌عنوان یک قدرت نوظهور دست‌کم منطقه‌ای، توانسته است در سال‌های اخیر، عمق راهبردی خود را روز به روز گسترش داده و در عین حال، سیاست مستقل بودن خود از نظام سلطه را هم به معرض نمایش بگذارد.

اما چرا با آمریکا مذاکره نمی‌کنیم؟ حال که مشخص شد مذاکره با آمریکا، "بی‌فایده و باضرر" است.

متن کامل در صفحه ۲

شناسنامه

صاحب امتیاز: بسیج دانشجویی دانشگاه علوم پزشکی کاشان
مدیرمسئول و سردبیر: محمدمامین خلیلی
صفحه آرا: حسان بکرانی
روابط عمومی: حسان بکرانی
هیئت تحریریه: میرزایی، خلیلی، هنرجو، خط حزب الله و جمعی دیگر از نویسندگان

فراخوان همکاری

✍ نویسنده‌گی

✍ گرافیک و صفحه‌آرایی

✍ خبرنگاری

✍ حروف‌نگاری و تایپ

در صورت تمایل به مشارکت در موضوعات فوق، با شماره ۰۹۱۲۵۴۵۸۰۰۷ (روابط عمومی) تماس بگیرید.

پویش استپ اسنپ

متن کامل در صفحه ۳

تشکر

خنده دارد! بس که این از آن، تشکر می‌کند هر که از هر کس به هر عنوان تشکر می‌کند! جلسه‌های آنچنانی در ادارات مهم! ای‌کس، از آغاز تا پایان تشکر می‌کند

متن کامل شعر در صفحه ۴

جوشان مثل چشمه

اگر مخاطب اصلی رهبر انقلاب در بیانیه‌ی گام دوم انقلاب، جوانان بودند بنابراین جوانها باید شانه‌شان را زیر بار مسئولیتهای دشوار کوچک و بزرگ بدهند.

متن کامل در صفحه ۳



بی فایده، با ضرر

این یک واقعیت انکارناپذیر است که آمریکایی‌ها به مذاکره با ایران احتیاج دارند. چرا؟ حداقل به دو دلیل عمده: اول آنکه قدرت هژمونی ایالات متحده، روز به روز در حال افول است، پس نیاز دارند به افکار عمومی جهان نشان دهند که همچنان قدرت برتر دنیا و محور تحولات آن هستند. دوم آنکه جمهوری اسلامی به عنوان یک قدرت نوظهور دست کم منطقه‌ای، توانسته است در سال‌های اخیر، عمق راهبردی خود را روز به روز گسترش داده و در عین حال، سیاست مستقل بودن خود از نظام سلطه را هم به معرض نمایش بگذارد، پس کشاندن چنین کشوری به میز مذاکره، برای مقامات آمریکایی از اهمیت زیادی برخوردار است.

اما چرا با آمریکا مذاکره نمی‌کنیم؟

این سؤال کلیدی است و این روزها توسط برخی از سیاسیون و رسانه‌های داخلی مطرح می‌شود. برای پاسخ به آن اما بیاید سؤال را برعکس کنیم و بپرسیم که اگر فرضاً (فرض محال) با آمریکا مذاکره کنیم چه اتفاقی می‌افتد؟ در این صورت، طبعاً نتیجه‌ی آن از سه حالت خارج نیست:

اول، دو طرف پای میز مذاکره بروند و بعد از ساعت‌ها و روزها گفتگو کردن، به دلیل تعارض شدید دیدگاه‌ها و رویکردها، به نتیجه‌ای نرسند و میز مذاکره را ترک کنند. واضح است که در این حالت، نه تنها چیزی عاید کشور نمی‌شود بلکه هم فرصت‌های کشور به هدر می‌رود، و هم فضا سازی‌ها علیه ایران به شکل سنگین تری از سر گرفته خواهد شد که ایران نمی‌خواهد مذاکرات به نتیجه برسد و به اصطلاح می‌شود کالاول!

دوم، دو طرف بعد از مذاکرات فشرده و بحث‌های فراوان، در بهترین حالت به توافق شبهه همین توافق موسوم به برجام برسند. در این حالت، سؤال آن است که آیا منافع ایران از این متن حاصل خواهد شد؟ آیا برجام منتهی به برداشتن تحریم‌ها شد که حالا مجدداً چیزی شبیه آن را تجربه کنیم؟ از این مهم‌تر، اساساً چه تضمینی وجود دارد که دولت بعدی ایالات متحده، مانند دولت فعلی، برخلاف همه‌ی قواعد و قوانین حقوقی عمل نکند و با این ادعا که این توافق به ضرر کشور آمریکا است، به طور یک‌جانبه از آن خارج نشود؟ و اصلاً چرا باید مسیری را که یک بار آزموده‌ایم و به نتیجه‌ای هم نرسیده‌ایم، مجدداً تکرار کنیم؟

سوم هم اینکه آمریکا به مذاکرات، به صورت یک بسته‌ی کامل که فراتر از موضوع هسته‌ای نگریسته و خواستار مذاکرات جامع با ایران، بر سر سایر موضوعات مهم مانند فعالیت‌های منطقه‌ای ایران، تسلیحات موشکی، حقوق بشر، حمایت ایران از گروه‌های محور مقاومت هستند. مثل روز روشن است که پیامد چنین مذاکره‌ای نیز تهی کردن کشور از مؤلفه‌های قدرت خود است و در این صورت، کشور بیش از هر زمان دیگری به گزینه‌ی حمله‌ی نظامی نزدیک‌تر خواهد شد. بنابراین هیچ‌کدام از سه حالت فوق، در بردارنده‌ی منافع ملی کشور و مردم نخواهد بود.

حالا استراتژی ما چیه؟

حال که مشخص شد مذاکره با آمریکا، "بی فایده و با ضرر" است، باید به این سؤال پاسخ داد که پس چه باید کرد و راه چاره چیست؟ جواب این سؤال را به تفصیل، رهبر انقلاب در مراسم سالگرد رحلت امام خمینی (ره) بیان کردند: رساندن کشور به نقطه‌ی بازدارندگی. هدف مقاومت عبارت است از رسیدن به نقطه‌ی بازدارندگی. هم در اقتصاد، هم در مسائل سیاسی کشور، هم در مسائل اجتماعی، هم در مسائل نظامی باید به نقطه‌ی برسیم که این نقطه بازدارنده باشد، یعنی بتواند جوری خود را نشان بدهد که دشمن را از تعرض به ملت ایران در همه‌ی زمینه‌ها منصرف کند؛ دشمن ببیند فایده‌ای ندارد و با ملت ایران نمی‌تواند کاری بکند.

سلبریتی

روشنفکران را می‌شود به دو دسته سلبریتی و غیر سلبریتی تقسیم نمود. روشنفکران غیر سلبریتی همان روشنفکران عمومی یا مردم‌مدار هستند که در مقابل روشنفکران سلبریتی قرار می‌گیرند.

روشنفکر عمومی، نه آکادمیک صرف و نه اکتیویست صرف است بلکه هر دو ویژگی را داراست. روشنفکر عمومی درصدد است که آثارش تغییری در جهان ایجاد کند. چندان نگران حجم مخاطبانش برای بالا بردن تیراژ کتاب‌هایش نیست. دنبال بازار یا تشنه برندسازی نیست. انتظارش این است که آثارش اثرگذار باشند. دوست دارد حساسیت‌های مخاطبانش را بشناسد اما نه برای قلقلک دادن آنها بلکه برای شوکه کردن آنها. دوست دارد خوانندگان آثارش را از چیزی که هستند به چیزی که نیستند تبدیل کند. روشنفکر عمومی برای مخاطبی می‌نویسد که هنوز وجود ندارد ولی قصد آفرینش آن را دارد. مخاطبی که باید باشد نه مخاطبی که هست. به همین دلیل یکی از مأموریت‌های یک روشنفکر عمومی ساخت پابلیک‌ها (همگان‌ها) است. بعلاوه روشنفکر عمومی کسی است که از سرمایه نمادین خود برای مداخله در سپهر عمومی و سیاسی استفاده می‌کند و در مورد هر یک از حوزه‌هایی که در سپهر سیاسی مطرح است یک موضع اخلاقی اتخاذ می‌کند. یافته‌های پژوهشی خود را در معرض استفاده عموم قرار می‌دهد، در صورت لزوم سخت و بی‌محابا با صاحبان قدرت سخن می‌گوید و در صورت مشاهده تحریف‌ها، فریب‌کاری‌ها یا دادن آدرس غلط، تنویر افکار و افشاگری را بر سکوت ترجیح می‌دهد.

در حالی که دغدغه روشنفکر سلبریتی همواره جلب توجه بیشترین تعداد مخاطبان موجود است چه در قالب افزایش فالوورهایشان در فضای مجازی و چه افزایش خوانندگان کتاب‌ها و مقالاتشان. دنبال این هستند که چه بگویند و چه بکنند و چه ببوشند که حساب سلبریتی‌شان چشمگیرتر و دیدنی‌تر باشد. روشنفکر سلبریتی بیشتر نگاهش به مخاطبان ثناگوش و نحوه قضاوت آنها از سبک و سیاق و نمایش و نحوه اجرا و بازیگری اوست. اینها در اکثر موارد دچار خودشیفتگی می‌شوند و از خودشان در ذهن خودشان قهرمان می‌سازند. مخاطب روشنفکر سلبریتی یک توده نیمه فرهیخته است که ادعای زیادی در زمینه علمی و تخصصی ندارد و لزوماً ذائقه فرهنگی تربیت شده‌ای هم ندارد.

مشکل اول این است که روشنفکر سلبریتی ممکن است به خاطر مختصات جهان سلبریتی‌ها که پر از طرفدارها و فن‌هاست، یک خود پنداره از خودشان پیدا کند که بر اساس آن انتظار برخوردهای متفاوت را داشته باشند و خودشان را تافته جدا بافته بیندارند.

مشکل بعدی این است که فن‌ها و طرفداران هر کدام از این سلبریتی‌ها، تقریباً تفکر انتقادی را کنار می‌گذارند و دچار نوعی کیش شخصیت در مورد شخصیت سلبریتی روشنفکر یا آکادمیک می‌شوند به طوری که آنچه آن بت فکری مطرح کند بدون اما و اگر می‌پذیرند و به خودشان اجازه نمی‌دهند به صورت مستقل در مورد موضوعات فکر کنند. گاهی وقت‌ها شیدایی و شیفتگی طرفداران به جایی می‌رسد که سلبریتی مورد علاقه خود را همچون یک انسان کامل و یک مرجع تام ستایش می‌کنند. در حالی که قرار نیست سلبریتی‌ها به‌طور عام و سلبریتی‌های روشنفکر یا آکادمیک به‌طور خاص در همه زمینه‌ها الگو و مرجع مردم باشند.

البته معنای این حرف من این نیست که دیدگاه‌های علمی یا فلسفی فرد به خاطر آنچه در زندگی خصوصی وی رخ داده است بی‌ارزش‌اند. باید بین گفتار و کردار یک فرد تمایز قائل شد به شرطی که آن گفتار و کردار مصداق ریا نباشد.

نام‌هایی که شما ذکر کردید همه بزرگ و محترم هستند اما باید دانست که تفکر انتقادی اقتضا می‌کند که گزاره‌ها و اظهارنظرهای آنان همانند گزاره‌ها و اظهار نظرهای سایر روشنفکران و آکادمیسین‌ها همواره مورد غربالگری واقع شوند. بنابراین می‌توان رفتار آکادمیک‌های سلبریتی را نقد کرد. فقط باید مراقب بود که رفتار یا شخصیت سلبریتی‌ها و رفتار طرفداران آنان را جداگانه تحلیل کنیم و هر دو را از نقشی که آنان به‌عنوان روشنفکران عمومی سلبریتی و غیر سلبریتی در جامعه ایفا می‌کنند تفکیک کنیم.

در مقابل این گروه خیلی فعال، استادانی داریم که اصلاً وارد فضای از هر دری سخنی گفتن و موضع‌گیری در مورد مسائل ریز و درشت کشور نمی‌شوند و این رویکرد را تقیب می‌کنند و شاید از همین روی تقابلی جدی در بین استادان دانشگاه و روشنفکران در این خصوص ایجاد شده است...

طبیعی است! روشنفکر مردم‌مداری که از آن صحبت می‌کنیم کسی است که از دریچه حوزه‌ای که به تخصصش نزدیک است به عرصه عمومی وارد می‌شود در حالی که آکادمیک‌ها از ورود به حوزه عمومی اکراه دارند و جهان اجتماعی برای آنان صرفاً موضوع مطالعه و تحقیق است. بنظر می‌رسد دعوتی که سال‌ها پیش مایکل بوروی، در انجمن بین‌المللی جامعه‌شناسی از جامعه‌شناسان کرد و آنها را به جامعه‌شناسی مردم مدار توصیه کرد، در جامعه ما پاسخ مثبت دریافت کرده است. خیلی از جامعه‌شناسان ما در شبکه‌های مجازی و بیش از آن یعنی در مطبوعات و... نسبت به موضوعات روز واکنش نشان می‌دهند و ما به این گروه در شرایط فعلی احتیاج داریم.

اهمیت کار روشنفکران عمومی و مردم‌مدار در شرایط امروز جامعه، چیست؟ به نظر شما وقت و زمانی که هر کدام از سلبریتی‌های آکادمیک صرف بارگذاری و به اشتراک گذاشتن و تولید محتوا در کانال تلگرامی یا شبکه‌های اجتماعی دیگر می‌کنند اگر صرف تولید یک کتاب، یا یک جریان فکری علمی شود، در درازمدت مؤثرتر نیست؟

جوشان مثل چشمه

خط حزب الله

اگر مخاطب اصلی رهبر انقلاب در بیانیه‌ی گام دوم انقلاب، جوانان بودند بنابراین "جوانها باید شانه‌شان را زیر بار مسئولیت‌های دشوار کوچک و بزرگ بدهند؛ علاج مشکلات کشور این است.

ما در گام دوم انقلاب بایستی حرکت کشور را بر دوش جوان‌ها قرار بدهیم همچنان که در گام اول در دوره‌ی انقلاب هم هدایت را امام می‌کرد اما حرکت را و موتور پیشرفت را جوانان روشن می‌کردند، حرکت را آنها به وجود می‌آوردند."

انتقال مسئولیت‌ها به جوانان، از جمله کارهایی است که خود رهبر انقلاب در دو سه سال اخیر بر آن تأکید داشته‌اند بدان گونه که یکی از اقدام‌های مستمر رهبر انقلاب، تسریع روند "جوان‌گرایی" و تزریق نیروهای جوان مؤمن انقلابی به ساختارهای حکومتی بوده است.

این اقدام، گاهی با انتصاب مسئولی جوان‌تر از گذشته در نهادهای مختلف مانند سازمان تبلیغات اسلامی، شورای سیاست‌گذاری ائمه جمعه، فرماندهی کل ارتش جمهوری اسلامی، ستاد کل نیروهای مسلح، نهاد نمایندگی ولی فقیه در دانشگاه و... بوده است و گاهی، با مطالبه از همین افراد منتصب جدید. مثلاً ایشان در پیام انتصاب حجت‌الاسلام رئیسی به ریاست قوه قضائیه، در یکی از بندهای مطالبه‌ی خود خطاب به ایشان صراحتاً فرمودند "از جوانان صالح و انقلابی و فاضل در مسؤولیت‌های قوه استفاده کنید."

در دیدار دانشجویی سال گذشته نیز رهبر انقلاب به همین روند جوان‌گرایی اشاره کرده و فرمودند: "کار اساسی‌ای که باید انجام بگیرد این است که باید عناصر جوان و مؤمن و پُرانگیزه و انقلابی در بدنه‌ی این دستگاه‌ها تزریق بشوند."

تجربه‌ی شهیدان صیاد و بابایی در ارتش، و باقری و همت و باقری در سپاه، کاظمی آشتیانی در رویان، احمدی روشن و رضایی‌نژاد در هسته‌ای و... تجربه‌ی گرانبهایی برای سال‌های پیشروی انقلاب است. تجربه‌ای که نشان می‌دهد هرچایی که ما به ابتکار و استعداد جوانانمان تکیه کردیم، آنجا ناگهان مثل چشمه‌ای جوشید، شکوفا شد... هرچایی ما سرمایه‌گذاری کردیم و به این نیروی جوان و علاقه‌مند و مؤمن و بااخلاص داخلی تکیه کردیم و به او ارج نهادیم، کارمان پیش رفت.

پوش استپ اسنپ

خلیلی

در پوش‌های قبلی نظیر حادثه حمله سگ‌های لواسان، توهین به چادر در تبلیغات شهرداری، قانون منع بکارگیری بازنشستگان، قانون شکنی سلبریتی‌ها و موارد دیگر هم کسانی بودند که چوب لای چرخ حرکت‌های جمعی جبهه انقلاب شدند. علت چیست؟

معتقدم برخی دید سیستماتیک ندارند و حوادث را منفک و مستقل از چرخه‌های تمدنی و تاریخی تحلیل می‌کنند. لیبرال سرمایه‌داری با تجربه‌ی چند صدساله موربانوار نفوذ می‌کند و شهر ما را به شهر هرت تبدیل می‌کند. قانون هم بتدریج به نفع این موجود چونده عقب نشینی می‌کند. قانون خط مقدم (و نه عمق) مواجهه با این پدیده است.

نباید اجازه داد قانون شکنی سیستماتیک نهادینه شود. اگر چنین شود فردا برای احقاق کوچکترین حق خود بی‌پناه و بی‌چاره می‌مانیم. برخی صرفاً از نهادهای قانونی مطالبه می‌کنند ولی بدانیم که صرف نظر از آگاهی عمومی، نهادها هم برای اینکه میدان کار داشته باشند باید پشتوانه‌های اجتماعی داشته باشند.

حتی آن‌ها که امروز نگران نان و کسب و کار برخی رانندگان متوجه نیستند که اگر امثال اسنپ برای قانون شکنی‌اش مجازات نشود، فردا بدون پروای مخالف و قانون، حقوق رانندگان را هم پامال خواهد کرد. این ذات سرمایه‌داری کثیف است.

این ما هستیم که معلوم می‌کنیم اسنپ و سایر شرکت‌ها برای جذب مشتری در قانون شکنی رقابت کنند یا در قانون‌مداری. اگر قانون شکنی بی‌هزینه باشد، قانون و اخلاق، بازنده بازار خواهد بود.

حالا فرصت این فراهم شده که درباره حقوق و شرایط کاری رانندگان، امنیت اطلاعات کاربران و مشتریان، رابطه اسنپ با سرمایه‌گذاران اماراتی و برخی پدیده‌های مشکوک دیگر هم سوالاتی بپرسیم.

برند خوب، برند بد

میرزایی

از لحاظ جامعه شناسی نمی‌توان به طور قطعی و همه جانبه، گرایش به مد را صرفاً مثبت و یا کاملاً منفی معرفی کرد چرا که مشکل اصلی در این میان ورود و هجوم فرهنگ بیگانه و غربی است تا اصل مد و مدگرایی. صاحب نظران اجتماعی، مُد (Fashion) را نوعی از زندگی می‌دانند که فرد در تلاش است با انواع ابزار، وسایل و حتی پوشش ظاهری خود را نسبت به دیگران برتری داده و در طبقه و جایگاه اجتماعی بالاتری قرار گیرد.

از اوایل دهه ۷۰ و با اوج گیری ورود ماهواره به ایران، موج گسترده‌ای از انواع برندها و مدهای غربی جامعه ایرانی را در بر گرفت. البته این به آن معنا نیست که پیش از این زمان، مد در ایران وجود نداشته بلکه به این شدت و حدت نبوده است. در تمامی جوامع بشری همواره، از گذشته تا کنون گرایش به مد و هر آنچه که فرد را نسبت به دیگران، برتری دهد وجود داشته و دارد، چرا که انسان ذاتاً زیبا پسند است.

کریستین دیور معروف ترین طراح لباس جهان، معتقد است که هر پوششی که از لحاظ جنس، رنگ و طرح به فرد اعتماد به نفس و راحتی دهد مد و مناسب ترین لباس محسوب می‌شود. اما آنچه که ما امروز در کشورمان مشاهده می‌کنیم، با دنیایی که "دیور" تعریف می‌کند کاملاً متفاوت است چرا که مد در ایران تا آن جا تحریف شده که به یکی از معضلات اجتماعی تبدیل شده است.

باید توجه داشت که مد و مدگرایی تنها به لباس و پوشش ظاهری محدود نمی‌شود، بلکه انواع عمل‌های زیبایی، تتو و خالکوبی، نوع آرایش، مصرف گرایی و به طور کلی سبک زندگی متفاوت و جدید، به نوعی مد قلمداد می‌شوند. از آن جایی که اغلب افرادی که به مد و برندینگ گرایش دارند معنی و مفهوم بسیاری از نوشته‌های روی لباس‌ها و تتوها را نمی‌دانند و به طور کلی بی‌چون و چرا از مدهای رایج پیروی می‌کنند، تدریجاً قدرت انتخاب و تفکر خود را از دست داده و در نهایت مانند فردی مسخ شده، در مسیری که سیستم مدلینگ مشخص می‌کند، حرکت خواهند کرد.



سرگرمی

شما می‌توانید جواب معمای روبرو را برای روابط عمومی بفرستید.
به ۳ نفر از برندگان به قید قرعه جوایزی اهدا میگردد.

3 6 5 7 8 11 15 ?

تشکر

هنرجو

خنده دارد! بس که این از آن، تشکر می‌کند
هر که از هرکس به هر عنوان تشکر می‌کند!
جلسه‌های آنچنانی در ادارات مهم!
ایکس، از آغاز تا پایان تشکر می‌کند
چای هم در استکان، جوش تکلف می‌زند
حبه‌های قند از قندان، تشکر می‌کند!
شهردار از لطف‌های ویژه شورای شهر
عضو شورا نیز از ایشان تشکر می‌کند!
گوشی همراه فرماندار، بوقی تازه خورد
تاجر مشهور شهرستان تشکر می‌کند...
فارغ از لو رفتن موضوع تلخ اختلاس
متهم از داخل زندان، تشکر می‌کند!
زحمت پرونده‌ها را کارمندان می‌کشند؛
شهروند از منشی بهمان! تشکر می‌کند!
سهل می‌گیرد جهان بر مردمان سختگیر
با همین تر، از همه آسان تشکر می‌کند!

آه! دیوار ریا بدجور بالا می‌رود

آجر از همراهی سیمان تشکر می‌کند!

پنجه شیطان به خون آدمی آلوده است؛

ایده‌ای مشکوک از شیطان، تشکر می‌کند

جان کاج پیر، بر لب آمده از تشنگی

بی دلیل از ابر بی باران تشکر می‌کند!

زرپرستی سرنوشت شهر را بر باد داد

در شگفتم، قومی از خسران تشکر می‌کند!

در خیابان‌ها ولی طفلی فقیر از عابران

در ازای چند تکه نان تشکر می‌کند...

غیرت سرباز میهن را بنام، روز و شب

از خدا دارد به نقد جان تشکر می‌کند