

صفحه ۴
گام‌های
نیم‌نگاهی!

صفحه ۴
حکایت‌نوش‌دارو‌بعد
از‌مرگ‌سهراب‌شاید!

صفحه ۴
دانشگاه‌بین‌المللی
هنر و رسانه

صفحه ۳
دانشگاه استخدای،
برمودای هضم‌دانشجو

صفحه ۳
حرفه‌ای باش!

صفحه ۲
جشنواره فیلم
فجر در چندپرده



الهام‌معین
کارشناسی‌ارشدمدیریت‌رسانه

زنده یا مرده؟! مسئله این است؟!

عملکرد دولت و یا ارزیابی تصمیمات او می‌پردازد و در واقع به وظیفه نظارتی خود عمل می‌کند، دولت وارد عمل می‌شود و او را به عقب‌نشینی وا می‌دارد. عقب‌نشینی‌ای که یک دلیل اصلی دارد: بودجه سازمان صداوسیما

در این میان اما سؤال اساسی چیز دیگری است. حق مخاطب در این بین چیست؟

طبیعتاً مخاطب رسانه‌ملی نیاز دارد خود را در قاب رسانه‌اش ببیند. گلابه‌هایش را از قاب رسانه‌اش بشنود و احساس کند که کسانی هستند که به‌نیازهای او توجه و مشکلات او را پیگیری می‌کنند. همین حس کافیتت تا بسیاری از نگرانی‌ها، گلابه‌ها و اعتراضات مردم به یک مجرای درست هدایت شود و در نتیجه آن، از اتفاقات بغرنج بعدی جلوگیری شود. کما اینکه به اذعان بسیاری از کارشناسان، اگر در مسأله گرانی بنزین به صداوسیما اجازه داده شده بود تا در عین رعایت خطوط قرمز به همه زوایای مسأله بپردازد و گلابه‌ها و اعتراضات مردم را نیز منعکس کند، شاید خیلی از آن تجمعات شکل نمی‌گرفت و یا از حجم آن‌ها کاسته می‌شد. زیرا مردم احساس می‌کردند کسی صدایشان را شنیده و منعکس می‌کند. نکته جالب توجه اینجاست که علی‌رغم تلاش‌های بسیار صداوسیما برای همراهی با دولت در مسأله گرانی بنزین، همچنان با نامه اعتراضی آشنا، مشاور رسانه‌ای دولت مواجه شد و این یعنی این قصه هیچ گاه پایان نمی‌یابد. در این بین اما متضرر اصلی صداوسیمایی است که در میان هجمه‌های رسانه‌ای با کاهش مخاطب همراه شده است و طبیعتاً با حوادث اخیر و ضبطی‌شدن برنامه‌ها با یک ریزش عظیم مخاطب مواجه خواهد شد.

اما داستان واقعی نه مسائل مربوط به دولت کنونی و نه فشارهای همیشگی دولت‌ها بر سازمان است. ریشه این مسائل را باید در جای دیگری جستجو کرد: عدم تبیین درست جایگاه، کارکرد و تأثیر رسانه برای مسئولین کشور به‌ویژه در شورای عالی امنیت ملی و اقتصاد سازمان صداوسیما.

راه‌حل، جمله کلیدی رهبر معظم انقلاب در نماز جمعه دی‌ماه است: «باید قوی شویم»

تا زمانی که سازمان صداوسیما بر قوی کردن شرایط اقتصادی خود همت نگمارد و با راهکارهای نوین و بهره‌گیری از کارشناسان و پژوهشگران حوزه اقتصاد رسانه، خود را هرچه بیشتر از بودجه دولتی بی‌نیاز نکند، همیشه و تا ابد زیر سایه دولت‌ها و با اهرم فشار مالی، تن به اقداماتی می‌دهد که خود می‌داند از لحاظ رسانه‌ای اشتباه است اما مجبور به انجام آن می‌شود.

فراموش نکنیم در بسیاری از موارد اگر نمایندگان سازمان در شورای امنیت ملی، ابعاد رسانه‌ای یک مسأله را به‌خوبی برای اعضای شورا تبیین کنند، قادر خواهند بود تا میزان زیادی در عین حفظ مصالح کشور، به رسالت رسانه‌ای خود نیز عمل کنند. باید این مسأله را به یاد داشت که ما در عصر تنوع و تکثر رسانه‌ها زندگی می‌کنیم و دیگر صداوسیما تنها رسانه در دسترس نیست و این یعنی هرچار رسانه‌ملی، میدان را خالی بگذارد، رسانه‌های دیگر به‌ویژه رسانه‌های معاند، گوی سبقت را از او خواهند ربود و به تبع آن سناریوهایی را می‌سازند که قادر است فجایی‌چون کشته‌سازی‌های آبان ۹۸ را به‌دنبال داشته باشد. مسأله‌ای که اگر زودتر در صداوسیما به آن پرداخته شده بود، تا این میزان فرصت جولان و دروغ را برای رسانه‌های آن سوی مرزها، فراهم نمی‌کرد تا به راحتی، با آمار غلط، ذهن مردم را آشفته کرده و عصبانیت بیشتر آن‌ها را برانگیزند. به‌راستی راه حل غلبه بر همه این مشکلات، چیزی جز قدرتمند شدن هرچه بیشتر این سازمان رسانه‌ای نیست تا نه تنها از حقوق حق‌ه خود بلکه از حقوق مخاطبین صوری دفاع کند که با همه اعتماد و قلب خود پای تمام فراز و نشیب‌های این رسانه ایستاده‌اند و تلاش کند تا حق این اعتماد را به‌درستی ادا کند.

صداوسیما عملاً به روابط عمومی دولت تبدیل شود. برنامه‌های چالشی صداوسیما از جمله جهان‌آرا و ثریا را می‌توان از جمله برنامه‌هایی دانست که بار تمام برنامه‌های بی‌اثر دیگر را بر دوش می‌کشیدند و تلاش می‌کردند یک تنه رسالت نظارتی یک رسانه را به نحو احسن به انجام برسانند. طبیعی است تبدیل‌شدن برنامه‌های زنده این چنینی به ضبطی موجب خواهد شد تا این برنامه‌ها ماهیت اصلی خود را از دست‌داده و با ریزش جدی مخاطب مواجه شوند. زیرا شما در این میان با مخاطبی مواجه هستید که علی‌رغم تاکیدات مسئولین سازمان بر عدم کاهش کیفیت برنامه‌های ضبطی، دیگر به چنین برنامه‌هایی چون گذشته اعتماد نخواهد کرد. زیرا پیش‌بینی می‌کند که این برنامه‌ها احتمالاً با بازبینی‌ها و حذفیات متعدد روبرو شده‌اند. و در نتیجه بیننده به‌راحتی در زمانه‌ای که انواع رسانه‌ها توجه او را نشانه گرفته‌اند، به‌سمت سایر رسانه‌ها سوق پیدا خواهد کرد و این یعنی ضبطی‌شدن برنامه‌های چالشی سازمان یعنی عملاً تعطیلی آن‌ها اما با بیانی غیوسنقیم یا بهتر است بگوییم با حسن تعبیر.

اما به‌راستی مشکل واقعی همین است؟ بی‌شک تعامل بین صداوسیما و دولت‌ها امری بسیار مهم و حیاتی است اما در هرحال اختلاف نظر‌ها بین این دو اغلب اجتناب‌ناپذیر است. با نگاهی به تعامل دولت‌های پیشین و صداوسیما به‌راحتی می‌توان دریافت که در اکثر دولت‌ها، تعارضاتی بین دولت و صداوسیما وجود داشته است. تعارضاتی که اغلب با عقب‌نشینی صداوسیما همراه بوده است.

هر رسانه‌ای معمولاً چندین کارکرد دارد که از آن جمله می‌توان به کارکرد نظارتی آن اشاره کرد. صدا و سیما نیز از این قاعده مستثنا نیست و همین‌آغاز اغلب تعارضات است. اغلب هرجا که صداوسیما به بررسی

در ماه‌های اخیر برنامه‌های صداوسیما به ویژه برنامه‌های چالشی آن دست‌خوش تغییرات بسیاری شده‌اند. از آن جمله می‌توان به عدم پخش برخی قسمت‌های برنامه‌ها تا پخش نشدن چندین شبه یک برنامه و نهایتاً درخواست برای تبدیل برنامه‌های زنده به برنامه‌های ضبطی اشاره کرد. اما ماجرا تنها به همین جا ختم نشد و در ادامه، خبرهایی مبنی بر درخواست تیم رسانه‌ای دولت برای تهیه بسته‌های خبری رییس‌جمهور توسط تیم رسانه‌ای دولت و نه صداوسیما منتشر شد که با اعتراضات بسیاری مواجه شد. زیرا بی‌سم

فاطمه یزدانی خرم

کارشناسی‌ارشدروزنامه‌نگاری

به نظر می‌رسد با توجه به آن که در بهمن ماه امسال، چهل‌ویک سالگی انقلاب را جشن گرفتیم، زمان مناسبی برای تحلیل عملکردهای رسانه‌ملی فرارسییده باشد. رسانه‌ای که ملی بودنش به دلیل آن است که در اختیار تمامی اقشار جامعه و مردم سرزمینمان ایران می‌باشد. حال باید دید آیا این نام واقعا برازنده هست یا نه؟

زمانی می‌توان صداوسیما را رسانه‌ملی نامید که مخاطب آن احساس کند صداوسیما بیانگر رنج‌های او است و در خدمت و اختیار بخش خاصی از جامعه نیست. وابستگی مالی صداوسیما به دولت، استقلال او را از بین برده و فعالیت‌های آن را خودمحور کرده است. این وابستگی موجب محافظه‌کار شدن رسانه ملی می‌شود و روزبه‌روز او را از بطن جامعه دورتر می‌کند.

در همین ماه‌های اخیر شاهد بودیم با پخش سریال «گاندو» که به نقد از عملکرد وزارت خارجه و وزارت اطلاعات کشور می‌پرداخت، صداوسیما تهدید به کاهش بودجه تخصیص یافته به آن شد. این تهدید چنان جدی بود که از بازپخش این سریال در شبکه افق نیز جلوگیری به عمل آمد. به‌علاوه برنامه‌هایی مانند «ثریا» و «جهان‌آرا» که محوریت انتقادی داشتند نیز به سبب فشار دولت متوقف شدند.

رشد شبکه‌های بی‌شناسنامه مجازی را می‌توان به دلیل عدم بازتاب مطالبات مردم از سوی صداوسیما دانست. در اعتراضات اخیر مردم به افزایش قیمت بنزین با ماجرای سقوط هواپیمای اوکراینی نیز اگر صداوسیما از ابتدا با شفافیت به روشنگری افکار عمومی می‌پرداخت، شاهد سوءاستفاده اقلیت ضد انقلاب نبودیم.



جشنواره فیلم فجر در چند پرده

● روایتی خوش ساخت

از جنوب شهر

عطا یآوری

کارشناسی ارشد ارتباطات

«شنای پروانه» قصه‌ای معمایی با معرفی خرده فرهنگ لاتنی بچه‌های جنوب شهر است. جایی که ناموس برای آدم‌هایش مهم‌تر از مناطق دیگر شهر است و یک ماجرای ناموسی بهانه‌ای می‌شود برای اتفاقات مهیج بعدی. شنای پروانه قهرمان دارد. قهرمانی که در قامت یک منجی محله را از لوٹ وجود دو خلافتکار نجات می‌دهد. در محله‌هایی که «چشم تو چشم» بهانه‌ای می‌شود برای دعوای دسته‌جمعی و خونی، قهرمان فیلم می‌تواند خودش را کنترل کند و دعوایی نشود.

دیالوگ‌ها قوی و تاحدودی باورپذیرند. باورپذیرتر از فیلم‌های ژانر لاتنی این سال‌ها. شنای پروانه نه مثل «مغزهای کوچک» فانتزی است که حرف از باند و خلاف‌های گل‌درشت باشد و نه مثل متری شش‌ونیم سیاه و چرک. من که از اول تولد در جنوب شهر زیسته‌ام و سه دهه با این تیپ آدم‌ها دم‌خور بوده‌ام، فیلم را واقعی یافتم. من تک تک بچه‌های محله‌مان را در شنای پروانه دیدم.

هرچند قصه در تم غم و درگیری و اعصاب خردکنی روایت می‌شود اما فیلم‌نامه کشش بالایی دارد و غیر از دو سه حفره‌ای که سؤال برانگیز است قدرت بالایی در نشان دادن مخاطب پای فیلم دارد. قابل حدس نبودن پایان فیلم و دو غافل‌گیری خوب از نقاط دیگر قوت فیلم‌نامه است.

شنای پروانه می‌توانست سیاه باشد ولی نشد و از لات‌های که به هم نارو می‌زنند و محله را فاسد کرده‌اند انتقام گرفت. بازی‌های جواد عزتی و امیرآقای خوب و باورپذیر درآمده اما لهجه امیرآقای تو ذوق می‌زند. در مجموع شنای پروانه اثر قابل توجهی در میان فیلم‌های جشنواره سی‌وهشتم است و می‌تواند شانس بالایی برای دریافت جوایز داشته باشد.

● به نام زنان و علیه زنان

دیشب وقتی روی صندلی سینما نشسته بودم قبل از اکران فیلم، آقای چراغ قوه به دست آمد و بلند گفت: این فیلم خیلی حساس است، در مشهد اکران نشد و اینجا (قم) هم قرار بود اکران نشود اما با اصرار مسئولین اکران می‌شود. با این حرف‌ها من خودم را برای دیدن یک فیلم فوق جنجالی و گستاخ نسبت به مذهب آماده کرده بودم. «عامه پسند» داستان زن ساده‌ای است که در پنجاه‌وهفت سالگی از همسرش جدا شده و می‌خواهد مستقل باشد. مستقل بودن زن از کلیدواژه‌های فیلم است. فهمیم بعد از جدایی از همسرش تهران را به سمت شهرهای اصفهان - که شهر آبا و اجدادی‌اش است - ترک می‌کند تا زندگی تازه‌ای شروع کند.

روایت فیلم کلاسیک نیست و بارها مخاطب را در زمان عقب و جلو می‌برد. فیلم کشش مناسبی ندارد یعنی حوصله سر می‌برد، یعنی از آن فیلم‌هایی است که اگر در تلویزیون پخش شود باید کنترل به دست دنبال برنامه جذاب‌تری گشت. دیالوگ‌ها به شدت شعاری است و گویا جملات به زور در دهان بازیگران جا شده‌اند.

«عامه پسند» دعوای سنت و مدرنیته است. جدال تهرانی و شهرستانی، دعوای فمینیسم و بقیه، نزاع زن مستقل و زن وابسته به مردها، حال آن مرد شوهرش باشد، پسرش یا پدرش. فهمیم در شهرها مستقل (!) می‌شود. مدیر کافه است. با پسر جوانی که هم‌سن پسر خودش است مراوده دارد و در خانه‌ای تنها زندگی می‌کند اما حرف مردم و فضولی اقوام زمینش می‌زند. در شهرها (جامعه سنتی) فهمیم را به خاطر پدرش تحویل می‌گیرند. حاکمیت (بنگاه، بانک، اداره بیمه) او را به‌تنهایی به رسمیت نمی‌شناسد.

عامه پسند حاکمیت و جامعه را به شدت زن‌ستیز می‌بیند. مقصر عدم موفقیت فهمیم جامعه سنتی است که تاب کافه داری یک زن را ندارد و حکومتی که بی ادب است و مراعات شهروندان را نمی‌کند و با قوانین مزخرفش (!) سنگ جلوی پای زن جماعت

می‌اندازد. همه حرف «عامه پسند»

زن‌ستیزی در جامعه سنتی و حکومت مذهبی است. در جامعه سنتی حتی زن‌ها زن‌ستیز هستند و مانع رشد و مستقل بودن زنان می‌شوند.

در مجموع فیلم به شدت ضد زن است و در ردای حمایت از حقوق زنان و با کلمات زیبایی مثل زن مستقل و زن قوی به جامعه ایران و حکومتش می‌تازد.

● خروج حاتمی‌کیا از جوایز

فجر با خروج

الهام معین

کارشناسی ارشد مدیریت رسانه

فیلم خروج آخرین ساخته ابراهیم حاتمی‌کیا در جشنواره فیلم فجر با بازخوردهای متفاوت و گاه متناقضی مواجه شد. بخشی از طرفداران و دوست‌داران حاتمی‌کیا که این سال‌ها با کارهای عظیم تولیدی او یا به اصطلاح بیگ‌پرودا اکشن او خو گرفته بودند و چشمانشان به کارهایی چون به وقت شام با آن میزان جلوه‌های ویژه و تولید دشوار و فیلم بادیکارد عادت کرده بودند، از تماشای خروج شگفت زده شدند! برخی حتی خروج را خروج حاتمی‌کیا از لاین ساخت کارهای موفق تلقی می‌کردند. خروج برای هیئت داوران هم چندان جذاب نبود و نظر آن‌ها را در بسیاری از رشته‌ها جلب نکرد. خروج نقایص دراماتیکی دارد که بسیاری به آن اذعان کرده‌اند و در سبکی ساخته‌شده که اگر اسم حاتمی‌کیا در تیتراژ آن نیامده بود، مخاطبان حرفه‌ای حاتمی‌کیا حتی لحظه‌ای

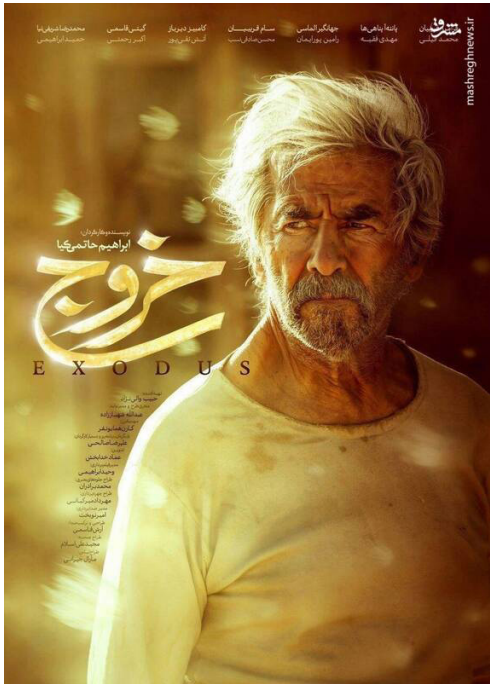
هم تصور نمی‌کردند این فیلم را حاتمی‌کیا ساخته اما خروج اتفاقاً فیلم بسیار مهمی است و دقیق‌تر

که بنگریم می‌بینیم هیچ کس به اندازه حاتمی‌کیا و با هوشمندی و ظرافت او قادر نبود

چنین فیلمی بسازد. ما به امثال خروج در سینمای ایران نیاز داریم. در سینمایی که بخش زیادی از موضوعات فیلم‌های آن را خیانت و

مطربسی

و شوخی‌های نامناسب تشکیل می‌دهد، جای مردم به شدت خالی است. جای مردمی خالی است که نه تنها بعضاً مشکلی با نظام و انقلاب ندارند بلکه برعکس حاضرند جان خود و جوانان خود را فدای این مرز و بوم بکنند اما همین مردم با همین مختصات، گلایه‌هایی نیز دارند. این مردم از عملکرد برخی مسئولین خود دل‌گیرند. این مردم از مسئولینی که خود را پشت شیشه‌های دودی ماشین‌های لوکس ضدگلوله پنهان کرده‌اند، گلایه‌مندند. این مردم از غرور و نخوت برخی مسئولین شاکی‌اند. این مردم انتظار دارند مسئولینشان خدمت‌گزار آنها باشند نه به قول فیلم خروج "رییس مردم" و



تبعاً اعتراضات به‌جا و به حقی نیز دارند. اما میدان عرضه و اعلام این اعتراضات کجاست؟ فراموش نکنیم اعتراضی که شنیده نشود به فریاد مبدل می‌شود و آن‌گاه کنترل فریادها سخت‌تر و سخت‌تر خواهد بود و در نتیجه فضا برای جولان سواستفاده گرانی فراهم می‌شود که از این آب گل‌آلود ماهی بگیرند و بر موج این اعتراضات سوار شوند. یکی از بهترین ابزارهای اعلام این گلایه‌ها همین سینماست و اتفاقاً توسط کسی که علقه‌اش به نظام و انقلاب را بارها و بارها ثابت کرده است. حاتمی‌کیا در خروج از زخمی کهنه سخن می‌گوید که اغلب نادیده گرفته شده و ناگهان جایی سرباز می‌کند که دیگر کنترل آن راحت نیست.

بیننده عادی گویی خودش را در فیلم خروج می‌بیند. گلایه‌هایش را، دلخوری‌هایش را، اعتراضاتش را بیننده با شخصیت‌های داستان می‌خندد و برای‌شان بارها و بارها در سینما کف می‌زند چون حرف دلش را از زبان آن‌ها می‌شنود. می‌دانید حال بیننده بعد از پایان فیلم چیست؟ آرام شده است و رها؛ حال خوبی دارد چون بخشی از آن تنش و دل‌گیری‌ای که همیشه با خود حمل می‌کرده در سینما دیده‌است و با ری‌اکشن‌هایش تمام آن انرژی را تخلیه کرده است. او خوشحال است که شنیده‌شده، دیده‌شده و کسی حرفش را زده است.

واقعیت این است که قوانین مدون و کاملی برای اعتراضات مدنی مردم ایران تدوین نشده است. اعتراضاتی که در مجرای درست خود اتفاق بیفتد و همین است که اغلب تر و خشک باهم می‌سوزند و اعتراض به اغتشاش کشیده می‌شود و در این بین برخی مردم عادی که تنها دلگیر و ناراحت بوده‌اند، لطمه می‌بینند. چنان‌چه در آبان، مشابه آن را شاهد بودیم. باید اجازه دهیم صدای به حق مردم شنیده شود. اتفاقاً باید توسط افراد دلسوز این مرز و بوم هم شنیده شود تا به بیراهه نرود. تا به برخی مسئولین تذکر داده شود که مردم ولی نعمتان آن‌ها هستند و آن‌ها خدمت‌گزار مردم.

اعتراض مردم عدل اباد که هرجا لازم بوده تا پای جان برای مملکت‌شان جانفشانی کرده‌اند و همسر و فرزندان‌شان را در دفاع از خاک از دست داده‌اند، نمادی از اعتراضات و گلایه‌های بخشی از جامعه ایران است که کشورشان و نظامشان را دوست دارند اما احساس می‌کنند در برخی مسایل بی‌تدبیری‌هایی صورت گرفته است. حق طبیعی این مردم ابزار این ناراحتی به صورت قانونی و متمدنانه است و محل عرضه بخشی از آن، همین سینماست. کما اینکه همین مسأله، برخی وابستگان به مسئولین رده بالا را به دیدن این فیلم واداشته است. این یعنی حاتمی‌کیا راه را درست رفته است.

فراموش نکنیم این رویه در غرب متداول است؛ در غرب فیلم‌هایی ساخته می‌شود تا با فیلم، میزان تنش مردم نسبت به یک مسأله کاهش یابد و در عین حال تلنگری نیز باشد. این اتفاق در ایران با فیلم "خروج" می‌افتد. آن تنش کاهش می‌یابد و با زبان هنر به برخی مسئولین، تلنگری زده می‌شود که در برهه کنونی بسیار ضروری است. اتفاقاً "خروج" سوپاپ اطمینان است. فرصتی برای خروج بخشی از تنش‌های موجود در جامعه است. خروج و امثال خروج مهم‌اند. تا با بیان درست اعتراضات، از تبدیل‌شدن آن‌ها به فریادها و رفتارهای احساسی و تنش‌زای بعدی جلوگیری کنند و شاید هیچکس به خوبی حاتمی‌کیا قادر نبود هوشمندانه همه این مسائل را در فیلم بگنجاند.

حرفهای باش!

سید علی ملا نوروژی

کارشناسی ارشد روزنامه‌نگاری

توبیترم را نگاه می‌کردم، تکتکت صفحات اشخاص را نگاه می‌کردم، بعضی‌ها را اصلا ندیده بودم، بیوآش را که خواندم دیدم نوشته: «خبرنگار صداوسیما، مجری شبکه فلان» تعداد دنبال کننده‌هایش را دیدم به ۳ رقم هم نمی‌رسید. آخرین توبیست اش برمی‌گردد به چندین ماه قبل. این قصه‌ی پر غصه مقدمه‌ای شد تا این متن را بنویسم.

یک خبرنگار یا یک مجری در شبکه‌های تلویزیونی دارای مسئولیتی اجتماعی است، بنظرم اگر که برای خود همچنین مسئولیتی احساس نمی‌کنند باید شغل خود را عوض کنند و به فکر کار دیگری باشند.

یک فرد رسانه‌ای وظایفی دارد که به رفتار حرفه‌ای مشهور است، وظایفی مثل بدون جهت‌گیری عمل کردن، جناحی نظر ندادن و مستقل پرداختن به مسائل. اگر یک رسانه‌چی به این مسائل پای‌بند باشد می‌تواند مخاطب داشته باشد و تأثیر بگذارد. اصلا اگر یک روزنامه‌نگار نتواند در افکار عمومی تأثیری بگذارد، پس برای چه روزنامه‌نگار شده است؟ در دنیای امروز فردی که سکوت می‌کند و حرفی نمی‌زند، دیده نمی‌شود. بعضی‌ها فکر می‌کنند اگر نظرات خود را ابراز نکنند، حرفه‌ای عمل کرده‌اند.

درست است شما در فضای مجازی زیر نظر هستید و سازمان نظارت می‌کند ولی نمی‌شود به این بهونه تعلل کرد در کنشگری فضای مجازی، همه‌ی سازمان‌های رسانه‌ای جهان برای کارکنان خود ضوابط و پروتکل‌هایی دارند، دستورالعمل‌هایی دارند که البته طوری هست که به رفتار حرفه‌ای کارکنانش لطمه نزند.

در روزنامه نیویورک تایمز، روزنامه‌نگاران تشویق می‌شوند که به رسانه‌های اجتماعی فقط به‌عنوان ابزاری برای پخش و بازنشر مطالب خود در روزنامه استفاده نکنند. مسئولین نیویورک تایمز می‌گویند: «اگر رسانه‌های اجتماعی را فقط یک وسیله‌ی پخش و توزیع بدانید، نمی‌توانید حداکثر استفاده از این رسانه‌ها را به‌دست بیاورید.» در این روزنامه مؤلفه‌های دیگری مانند فرصت تعامل با کاربران، درگیرسازی مخاطبان و جمع‌آوری اخبار برای روزنامه‌نگاران مهم است که بتوانند از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بیشترین بهره را ببرند.

تقریباً هر خبرنگار و مجری شبکه‌های بین‌المللی برای حضور در شبکه‌های اجتماعی دارای یک استراتژی هست. یک خبرنگار حرفه‌ای سعی می‌کند مخاطبان خود را بشناسد، تعامل خوبی با آن‌ها داشته باشد و ارتباطی دو طرفه بین مخاطبان و مجریان وجود دارد.

بزرگان این عرصه می‌گویند که خبرنگاران زنده کسانی هستند که از شبکه‌های اجتماعی برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده کنند، اما گزارش‌های خود را به گونه‌ای بسازند که مشابه آن‌ان را نتوان در گوگل و یا تویتر پیدا کرد. رفتاری که امروز در اخبار صداوسیما کمتر دیده می‌شود. اگر فعال تویتری باشید تقریباً می‌توانید سرتیتر اخبار امشب را پیش‌بینی کنید. در حالی که ارزش واقعی کار خبرنگاران تکرار مطالب منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی نیست. اما اگر شما می‌خواهید در آینده در بخش‌های خبری صداوسیما کار کنید، بزرگان این عرصه دستورالعمل‌هایی دادند: (۱) در فضای مجازی‌تان از زندگی شخصی خود بگویید و سعی کنید فضایی صمیمی با مخاطبان خود ایجاد کنید. (۲) با مخاطبان حتی ناشناخته خود هم تعامل داشته باشید و ارتباطی دوطرفه داشته باشید. (۳) از ترند‌ها و هشتک‌ها و مسائل روز در جریان باشید و سعی کنید به گونه‌ای در آن موارد نظرات خوبی بدهید. (۴) از نظرسنجی‌ها و دیگر ابزار‌های تعاملی شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید و مخاطبانتان را فعال نگه دارید. (۵) مخاطب شناسی بلد باشید و بدانید چه محتوایی بیشتر مورد استقبال کاربران قرار می‌گیرد و از آن گونه محتواها تولید و نشر بدید. (۶) محتوایی باکیفیت بالایی چه محتوایی و چه فنی استفاده کنید و سعی کنید یک نوع امضای کاری در تولید محتوا داشته باشید.

دانشگاه استخدای، برمودای هضم دانشجو

نسترن خانی

کارشناسی ارشد مدیریت رسانه

همه چیز از درهای بسته شروع می‌شود، با وعده‌ی راه‌های باز آینده‌ی نزدیک، راه‌هایی که دانشجو را از چاه بیکاری نجات داده و در جزیره‌ی برمودای دانشگاه‌های استخدای هضم می‌کند.

بیاییم صریح‌تر ببیندیشیم، در جایگاه دانشجویان یک دانشگاه وابسته به سازمان صداوسیما، ادراک اجتماعی در قبال وظایف دانشگاهی ما چیست؟ دانشگاه مؤسسه‌ای در راستای ایجاد ثبات است یا جهش رسیدن به اهداف جهانی ظهور؟ دانشگاه سازگار کننده است یا دانشگاه سازوکار دهنده؟ باید اندیشید که با ایجاد امنیت شغلی برای اندک دانشجویان وارد شده در دانشگاه چقدر هزینه در قبال از دست‌دادن دانشجویان توانمند که امکان ورود به این گونه دانشگاه را ندارند پرداخت می‌کنیم؟ با نگاهی بزرگ‌تر، خود را در جامعه‌ی جهانی دانشگاهی چطور معرفی می‌کنیم؟ و در قبال اجتماع ذی‌نفعان پاسخگوی چه کسی هستیم: دانشجویان؟ ملت؟ دولت؟ یا سازمان؟

سؤالات اساسی پیرامون رابطه میان دانشگاه و جامعه در طول تاریخ شکل‌گیری دانشگاه کماکان پابرجا مانده است. با توجه به اینکه امروزه نقش دانشگاه‌ها در حال تحول از واسطه‌های ملی برای اتصال اجتماع نخبگانی به فراهم‌آوردندگان مهارت‌ها و شایستگی‌های لازم جهت آبادانی جوامع مبتنی بر دانش نوظهور و کاربردی با قابلیت تعریف مجدد می‌باشد، دیگر دانشگاه‌ها فراتر از مرزهای ملی و فرهنگی به‌عنوان عناصر مهم در فرایند تولید و اثرگذاری (جهانی) مورد توجه قرار می‌گیرند. دانشگاه‌ها امروزه به‌عنوان مؤسسه‌ای که برای تغییر و نه ثبات، ایجاد گردیده‌اند ادراک می‌شوند. با این وجود دانشگاه‌های استخدام محور و وابسته به ارگان‌های خاص

چگونه می‌توانند از اثرگذاری این نهاده‌ها بر دانشگاه و کنترل آن‌ها در امان بمانند و به صورت مستقل به تولید دانش کابردی و پژوهش‌های بنیادین در جهت حل مسائل و رسیدن به جایگاه‌های دانشگاه اسلامی جهانی درآیند؟ در اینجا به اهداف دوگانه دانشگاه، تولید دانش ملی و یا وفاداری سازمانی می‌رسیم و چرخ‌دنده‌ی مهم سیستم دانشگاهی با نام (یادگیری به خاطر یادگیری) را از کار می‌اندازیم.

در اینگونه دانشگاه‌ها شاهد تغییر نخبگان فرهنگی فکری از مسائل جدی به تفکر سیاسی هستیم. دانشگاهی که اطلاعات با نظام‌های بسته تثبیت گردیده و تنها وظیفه‌ی اش انتقال دانشی معین و مشخص به دانش‌آموختگان خود است سر اینکه چه چیزی دانش سودمند را تشکیل می‌دهد بحث می‌کند و نگاه به آینده فراموش می‌شود. این فراموشی و دیگر عوامل باعث غرق شدن در جزیره برمودا دانشگاهی می‌شود، دانشجو با نگاه استخدام وارد می‌شود، امیدوار و انگیزه به کارش بیشتر است اما دسترسی به محیط کار بسته و محدود گشته است و یک نسل جوان با انگیزه‌ای که در میدان و صحنه‌ی تولید مشق نمی‌کنند، در پای کتاب و نظریه‌های خاک‌خورده‌ی غربی پیر می‌شوند و اینجاست که جامعه دانشجویی آگاه در میان جزیره‌ای کوچک و بسته در اقیانوس تشنه‌ی اجتماعی فرهنگی مبهوت می‌ماند و دانشجویی که این گونه سرگرم است چگونه وقت اندیشیدن و حل مشکلات جامعه‌ی اسلامی را خواهد داشت؟

رکود و رخوت دانشگاه استخدام‌محور را می‌توان در سه عامل شناخت: ضعف استقلال دانشگاهی و دخالت نهادهای بیرونی که باعث می‌شود دانشگاه برای حل مسائل موجود منعطف نباشد. دوم: با توجه به این که هر دانشگاهی شاکله‌ی جامعه دانشگاهی انعکاسی از جامعه بزرگتری است که قرار است فارغ‌التحصیلان‌اش در آن

با شروع اولین برنامه تلویزیونی «واقع‌نما» به نام «ملکه یک‌روزه» در سال ۱۹۴، افراد عادی نیز پای‌شان به حوزه سلبریتی شدن باز شد. از آن پس با ظهور پدیده‌های تکنولوژیک دیگر مانند فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، این امر بسیار فراگیر شد.

همانطور که گفته شد، پدیده «سلبریتی» به معنای امروزی، آرام آرام ناخودآگاه از ابتدای قرن بیستم با پیدایش سینما شروع شد (که در واقع یک امر ذاتی سینما، دیده شدن بود)، در مرحله بعد رسانه‌های جمعی، این فرایند را معکوس کردند و خود به صورت ارادی، ستاره‌سازی کردند.

امروزه در جوامع غربی، ساختارهای سازمانی، قوانین، شرایط قراردادی مشخص برای به‌کارگیری سلبریتی‌ها، وکیل‌های مخصوص سلبریتی و... وجود دارد. همانطور که جامعه ما، پس از «فراگیر شدن فضای مجازی» در کشور، ساختارهایی مانند پلیس فتا، شورای عالی فضای مجازی، یا قوانینی مانند قانون جرایم رایانه‌ای و... را به وجود آورد. باید پدیده «سلبریتی» را که از ویژگی‌های ذاتی جامعه مدرن است، به رسمیت شناخت و برای آن، موارد یادشده بالا را پیگیر باشیم.

برده شد. آن زمان هنوز کسی به این فکر نیفتاده بود که از نتایج دیده‌شدن در سینما، پدیده سلبریتی شکل می‌گیرد. این امر (ستاره‌سازی) ناخوسته و غیرارادی صورت گرفته‌بود. بعدها با ظهور تلویزیون، اینترنت، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، یعنی با تکمیل شدن بازیگران نهاد رسانه، این کار [سلبریتی‌سازی] تبدیل به امری ارادی و خواستنی شد و رسانه‌ها یکی از قدرت‌هایشان «ساخت سلبریتی» و «استفاده از آن در جهت اهدافشان» شد. معمولاً ستاره‌سازی، از بازیگرها و اهالی ورزش صورت می‌گرفت. از آنجایی که جوامع غربی بازارمحور (یا همان کاپیتالیسم) هستند، یکی از محورهای استفاده از سلبریتی، بحث تبلیغات کالاها بود. طوری که در سال ۱۹۷۵ از هر هشت تبلیغ تلویزیونی، در یکی از آن‌ها، یک سلبریتی حضور داشت یا در سال ۲۰۰۲ به گزارش شرکت نایک، با تبلیغ توپ‌های گلفش توسط سلبریتی‌ها، فروش آن‌ها از ۵۰ میلیون دلار به ۲۵۰ میلیون دلار رسید! رسانه‌ها این را فهمیده بودند که با دیده شدن متوالی یک شخص، می‌توان «سرمایه اجتماعی» خلق کرد و می‌شود آن را در جهت مقاصد اقتصادی و افزایش «مصرف‌گرایی» خرج کرد.

می‌شد. بنابراین در گذشته، مشهور بودن بر این دو اصل بود: ۱- گوهر ۲- آوازه شاید حکایتی را که برای انوری، شاعر دوره سلجوقیان پیش‌آمده، شنیده باشید؛ روزی انوری در بازار شخصی را دید که شعرهای او را می‌خواند. از او پرسید «این شعرها از کیست؟» گفت: «انوری» سپس پرسید: «آیا او را می‌شناسی؟» آن مرد گفت: «من خودم انوری‌ام» این جا بود که انوری گفت: «شعر دزد دیده بودیم اما شاعر دزد نه!»

یا شاید خاطره کیارستمی را شنیده باشید: «در فرودگاه مهرآباد اخوان ثالث را دیدم. کسی او را نمی‌شناخت. به نظر آمد اگر بخواهی جز مشاهیر باشی، باید صورتی آشنا داشته باشی نه نامی آشنا».

تعریف مشهوریت در زمان فرق کرده است. امروزه گاهی برای معروف شدن، نیازی به داشتن گوهر نیست، اگر تصمیم گرفته شود که شما دیده شوید، شما مشهور می‌شوید. اولین باری که واژه سلبریتی به معنای «فرد مشهور» استفاده شد، ۱۸۴۹ بود. اما هنوز یک چیزی کم داشت: «دیده شدن». ۱۵ سال پس از اختراع سینما یعنی سال ۱۹۱۰، واژه «سوپرستار» که برای ورزشکاران بزرگ هاک‌ی روی یخ استفاده می‌شد، برای هنرمندان سینما و ورزشکاران دیگر به کار

سلبریتی چیست؟

مهدی ایزانلو

کارشناسی ارشد تهیه‌کنندگی رادیو

«در عمل انجام شده قرار گرفتن»؛ اصطلاحی که به نظر می‌رسد این روزها برای برخی از مسائل و پدیده‌های جامعه ما به درد می‌خورد؛ پدیده‌هایی که از قبل در دنیا وجود دارند و ما ناگهان خود را در میان آن‌ها می‌بینیم یا آن‌ها را در میان خود می‌بینیم. یکی از این پدیده‌ها، ظهور و گسترش سلسله سلبریتی‌ها است.

«سلبریتی کیست و چه کرد؟» با ذکر ۳ مثال شاید این سوال امتحانی درس‌های ۵۰ سال آینده‌ی نوه‌هایمان باشد. بنابراین حتی اگر برای کمک به نسل آینده هم که شده (جهت تقلب رساندن)، بیاید به آن پاسخ بدهیم.

سلبریتی کیست و چه کرد؟

«سلبریتی کسی یا چیزی است که بر اساس دیده شدن مشهور می‌شود.» در این تعریف ۲ عبارت مهم هست: ۱- مشهور شدن ۲- دیده شدن.

در گذشته، اگر شخصی گوهری درونی یا بیرونی داشت، نام و آوازه‌اش بین همه می‌پیچید؛ مانند پهلوانان، شاعران، جنگجویان، عالمان و... همه آن‌ها حتماً «گوهری» داشتند و سپس «نام‌شان» مشهور

گاهی نیم نگاهی!

سید اسماعیل عرب جعفری

کارشناسی روزنامه نگاری

داخل تاکسی نشسته و سرم توی گوشی بود، بین من و راننده سکوت حاکم بود، راننده ولی دیگر طاقتش طاق شد و سر صحبت را باز کرد، گفت: «دانشجویی؟» سرمو آوردم بالا نگاهی کردم و گفتم: «بله، ولی از کجا فهمیدی؟» راننده از فن بالایی تشخیص چهره اش و مهارتش در حدس شغل افراد گفت، آخرشم پرسید: «دانشجوی کجایی؟»، کمی من و من کردم و گفتم: «صدوسیما!» کمی چپ چپ نگاهم کرد: «یعنی کدوم شبکه ای؟ اوضاع مالی تون خوبه پس» حرفاش تکراری بود، تقریباً چند بار دیگم شنیده بودم. خیلی دوست داشتم که سفره دلم رو برایش باز کنم. ولی افسوس که خیابان های تهران جای کافی برای این سفره ندارد!

از تاکسی پیاده شدم و سد حراست رو جلوی خودم دیدم. یادم میاد اولین باری که نگهبان ازم پرسید: کارت دانشجویی؟ خیلی احساس خوبی داشتم ولی الان دیگه کلافه شدم، با اینکه هزار دفعه من رو دیدند ولی باز می پرسیدند. خلاصه با هزار و یک دردسر وارد دانشگاه شدم. این تازه خوان اول بود. برویم سراغ خوان های بعدی:

اینجا نگاه کارمندان شبیه نگاه بازپرس به متهم ردیف اول است. همیشه در مقابل دانشجو طلب کار هستند و هیچ مطالبه ای را به حق نمی دانند. با این اوصاف شعار مطالبه گری هم سر می دهند و خنده دارتر اینکه از شفافیت هم حرف می زنند!

راستی بادم رفت؛ بعد از چند ماه حقوق نصفه و نیمه ای برایمان ریختند و به ازای هر ماه یک میلیون و هشتصد هزار ریال وجه رایج مملکت را ته جیبمان احساس کردیم. من در شگفتم وزارت آموزش و پرورش با آن همه شعب دانشگاهی در سراسر کشور و با وجود مشکلاتی همچون کمبود درآمد ها و بودجه؛ چگونه می تواند تقریباً همین مبلغ را به تومان به دانشجویهایش بدهد. البته این مثال در مورد دانشگاهی مانند علوم قضایی و یا دانشگاه های نظامی نیز صدق می کند. اما چگونه است که سازمان عریض و طویل صدوسیما با آن همه بودجه، درآمدهای تبلیغاتی، حمایت صندوق توسعه ملی و... نمی تواند کمک هزینه ای قابل قبولی به دانشجویهای روزانه تنها دانشگاهش که به هزار نفر هم نمی رسد، بپردازد؟!

فلانی را در خانه اش راه نمی دادند؛ حکایت ماست، سازمانی که باید محل کسب تجربه و یادگیری برای دانشجوی خودش باشد؛ آفیش شدن و ورود به آن رفتن به مریخ سخت تر شده است. مشکل آن چیست؟ آیا به دانشجویی که قرار است در آینده، آنجا به فعالیت بپردازد بی اعتمادند؟ یا سلابق اجازه این را نمی دهد؟ یا اصلاً سازمان دانشگاه و دانشجویانش را به رسمیت می شناسد؟ مسائل امنیتی سازمان که برای تمام دانشجویان روشن است و تمامی اشان از چندین مرحله مصاحبه و گزینش عبور کرده اند. پس واقعاً مشکل کجاست...؟

این ها گوشه ای از مشکلات دانشجویان است، دانشگاه باید به گونه ای عمل کند که سطح دغدغه های دانشجویان به چنین مسائلی تقلیل پیدا نکند. دانشجویان دانشگاه صدوسیما بر این باورند که می توانند آینده ای بهتر از وضع موجود را رقم بزنند. افکار، اهداف و آرمان های خاصی را در ذهن خود می پروراند. آنها خواستار محیطی ایده آل هستند تا بتوانند ایده های خود را به دور از مشکلات پیرامونی و حاشیه ای عملی کنند. امیدواریم که با تعامل هر چه بیشتر سازمان، دانشگاه و دانشجویان به زودی شاهد تعاملات دو طرفه، ثمر بخش و رفع مشکلات باشیم.

این نوشته، درد و دل جمعی از دانشجویان دانشگاه است، امید است که گوش شنوایی برای آن پیدا شود.

● کاریکاتور



مریم طاهری

کارشناسی روزنامه نگاری

سیده زهرا سیدآقایی

کارشناسی روزنامه نگاری

گفت وگویی داشتیم با دکتر شاکری نژاد رئیس دانشکده ارتباطات دانشگاه صدوسیما. محسن شاکری نژاد فارغ التحصیل دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی است و از سال ۹۸ به ریاست دانشکده ی ارتباطات دانشگاه صدوسیما رسیده است.

● تخصص و تعهد لازم و ملزوم هم

دانشگاه صدوسیما از سال ۱۳۴۸ برای تأمین نیروی انسانی متخصص رادیو و تلویزیون تشکیل شده است. بعد از انقلاب با روی کار آمدن جمهوری اسلامی فضای فرهنگی حاکم بر رسانه تغییر می کند، طبیعتاً باید در فضا دانشگاه صدوسیما هم تغییر ایجاد شود به این معنا که دیگر فقط تخصص ملاک نیست بلکه تعهد هم مسئله است. پس امروز کسانی که در دانشگاه آموزش می بینند با هدف نخست پیدا کردن تخصص برای عملیات در رسانه ملی و دوم داشتن تعهد تربیت می شوند.

● نمی توانیم دانشگاه رسانه ملی باشیم

دیگر تنها نیاز رسانه ای صدوسیما ملاک نیست یعنی یک سری نیاز اضافه شده است که به دو عرصه بین المللی و داخلی تقسیم می شود. در عرصه بین المللی ما نمی توانیم دانشگاه رسانه ملی باشیم، به این دلیل که ما در جبهه مقاومت در عرصه بین الملل حضور داریم. ما در کنار تربیت نیروی متخصص و متعهد برای رسانه خودمان، باید نیم نگاهی به تربیت رسانه ی جبهه مقاومت یعنی بچه های لبنان، یمن و... داشته باشیم.

زهرا حاجی احمدی

کارشناسی ارشد تهیه کنندگی رادیو

سوال اصلی این است:

از کجا بگوییم؟! چگونه بگوییم و به که بگوییم؟!

به عنوان یکی از دانشجویانی که زخم خورده ی این ماجرا هستم؛ بحث داغ و جگرسوز نمره ی اساتید محترم و محترمه در انتهای ترم همچون نمکی است که بر زخم باز برخی دانشجویان پاشیده می شود.

اینکه چطور استادی با چندین و چند سال سابقه و تجربه ی کاری و سازمانی و تدریس، به درجه ای از خودمختاری می رسد که از روی سلیقه و به دلیل لوس بازی برخی دانشجویها، قلم به دست، با خیال راحت نمره ای را با آن ها

این رویکرد الآن وجود ندارد و ما به عنوان مرکزی برای تربیت نیروی رسانه ای جبهه مقاومت نیستیم. شبکه های مثل العالم، سحر و... به دلیل این که منتصب به جمهوری اسلامی ایران هستند چه به لحاظ فرهنگی و چه سیاسی، بایکوت می شوند که یعنی صدا و تصویر ما به فراتر از مرزها نمی رود. بنابراین باید برای تربیت نیرو در این عرصه برنامه ریزی داشته باشیم.

● چالش های بین المللی شدن

مشکل کجاست که نمی توانیم در عرصه بین الملل وارد شویم؟ مشکل آنجاست که ما هیچ بودجه ای از وزارت علوم نمی گیریم و فقط توسط صدوسیما تأمین بودجه می شویم. بعد این سوال مطرح می شود که صدوسیما از کجا بودجه تربیت نیروی خارجی را تأمین می کند؟ مشکل بعدی این است که فرض کنید دانشجوی از لبنان، پاکستان و... گرفتیم اما از چه کانالی؟ شبیه دانشگاه های دیگر؟ باید فکری برای عرصه ی بین الملل کرد.

● جنگ نرم در کنار جنگ سخت

مشکل ما این است که فقط جنگ

دانشگاه بین المللی هنر و رسانه

یکسری نیازهایی در رسانه ملی هست که رشته های وزارت علوم جوابگو نیست. وقتی سازمان نیاز جدید دارد، رشته جدید هم باید تأسیس شود که در همین دانشگاه نیرو تربیت شود. مثلاً ما معضل کارشناسان مالی داریم. ما می توانیم بقیه رشته ها را هم تأمین کنیم که سازمان بتواند در مشاغل جدید از فارغ التحصیلان (دانشگاه خود) استفاده کند. دانشگاه پویا دانشگاهی است که در رشته، مقطع و دانشکده جدید بتواند گسترش پیدا کند.

● سازمان دیگر روزمره شده است

کارشناسی ارشد پیوسته با نگاه تربیتی و بین رشته ای باید به وجود بیاید اما مشکلی که وجود دارد این است که سازمان می گوید من هزینه ۶ سال تحصیل دانشجوی را بدهم در حالی که شش سال بعد نیاز ها متفاوت شده است. ما باید در ساختار دانشجو - استاد - متون درسی با سایر دانشگاه ها تفاوت داشته باشیم و ساختار دارای یک الگو باشد و اگر تربیت در چارچوب یک مکتب، یک الگو نباشد فایده ندارد. مشکل ما این است که دچار روز مره شده ایم.

● فرصت ها و تهدید های دانشگاه صدوسیما

دانشگاه صدوسیما هم فرصت دارد و هم تهدید ولی بار تهدید آن بیشتر بوده است. از جمله اعضا هیئت علمی که سابقه کار در سازمان را دارند ولی زمانی که آن استاد سرش شلوغ باشد، دسترسی نداریم و آن فرایند تربیتی، فرایند معلم - شاگردی وجود ندارد و این یک تهدید است.

سخت را می بینیم، البته بچه های ما (در خارج از مرزها) کمک نظامی می کنند اما کمک رسانه ای نداریم. ما باید آموزش بدهیم که خودشان انجام دهند. این جنگ رسانه ای را باید دید و باید به جبهه مقاومت کمک کرد.

● متولی تربیت هنر انقلابی نداریم

در بعد داخلی، جمهوری اسلامی در تربیت نیرو طراز انقلاب اسلامی عملاً کاری نکرده است. متولی نیروی هنری در این عرصه توسط مؤسسات آزاد و یا دانشگاه هایی که در چارچوب انقلاب نیستند، تربیت می شوند. نکته منفی اینجاست که دانشگاه صدوسیما در بعضی عرصه ها مانند اجرا و گویندگی و بازیگری ورود نکرده است.

● نیاز های رسانه ملی با رشته های وزارت علوم جوابگو نیست

ضرورت رشته مدیریت رسانه برای این است که بروند ساختار و سیستم صدوسیما را دچار تحول کنند، اما وزارت علوم دفترچه خاص خود را ارائه می دهد که ربطی به رسانه ملی ندارد.



حکایت نوشدارو بعد از مرگ سهراب شاید!

پشت اش است؟ البته که در این متن به واسطه نگاه نقدانه آن، به نکات مثبت اساتیدی که به درستی درجای خود قرار گرفته اند، اشاره ای نشده است. خواهشمندم مدیران قدری متمرکزتر عمل نمایند و از حال و روز اساتید و کلاس ها مطلع باشند. که قطعاً با رضایت خدا و خلق خدا همراه خواهد بود. از این دست حرف های ناگفته بسیارند و... چه حیف که این موجود دویای دانشجوی ترس از بیانش دارد!

از کدام بخش سازمان اند، بی برنامه، بدون محتوا، بی هدف و... هدایت کلاسی را به عهده می گیرد و نتیجه آن می شود که نه خود می داند چه کرده و نه دانشجو! هر دو در برزخی گیج و مبهم سردرگم اند! از همه این ها گذشته باید به غیبت های کلاسی نیز اشاره کرد که شاید آن قدرها هم مهم نباشد که به چشم آید اما به دل خواه اساتید گرامی در دفتر حضور و غیاب قید می شود. بدون توجه به این مسأله که ممکن است یک دانشجو به دلیل دوری مسافت، ساعت ها در راه رسیدن به مقصد، تهران را دور زده باشد. این ها تنها دو سه نمونه از هزاران گل سرسبد وضع کلاس هایی است که نمی دانیم چه نگاهی

معامله می کند! جای تأسف و بسی تأمل دارد که چطور از دید دوربین های شاهد هرکلاس که صرفاً به وقت امتحانات فعال می شوند (که با عدم امکان ضبط صحبت های اساتید همراه است!) و بالاتر از آن از خدای بالای سر پنهان می ماند؟! اگر چنین که می گویند باشد و حقیقتاً مدیر مربوطه نیز از اوضاع کارکنان اش باخبر باشد که دیگر واویلا! در شرایطی که ملاک سیستم امتیاز بندی است، اهمیت این نمره ها بیشتر هم می شود.

یا استادی که به دلیل مشغله و همزمانی چندین کار با هم یا به اصطلاح با یک دست چند هندوانه برمی دارد؛ با افکاری که معلوم نیست نشأت گرفته