خراسان روزنامه صبح ایران
پنج‌شنبه ۱۴ دی ۱۳۹۶ .۱۶ ربیع‌الثانی ۱۴۳۹ .شماره ۱۹۷۲۴

معجله فردا

عمر «جامعه فردا» پس از ۵۲ شماره به پایان رسید و انتشار این روزنامه به علت مشکلات مالی، متوقف شد. به گزارش مهر، این روزنامه که ۸ آبان ۹۶ اولین شماره آن روی دکه رفته بود، دیروز آخرین شماره خود را منتشر کرد و از ۱۳ دی به جمع روزنامه‌هایی که به سبب مشکلات مالی تعطیل شده‌اند، پیوست. روزنامه «جامعه فردا» به سردبیری مهرداد حجتی، در ایام برگزاری نمایشگاه مطبوعات فعالیت خود را آغاز کرد اما فقط دو ماه توانست مشکلات مالی را تاب بیاورد.

گرانی کاغذ و مشکلات مالی یک روزنامه دیگر را به تعطیلی کشاند

یادداشت سردبیر

سید علی علوی
alavi@khorasannews.com

روزنامه ها نمی میرند!

۱۱۹ سال پیش در چنین روزی نخستین شماره روزنامه مستقل صور اسرافیل در کشور منتشر شد. اینک پس از گذشت ۱۱۹ سال بیش از هر سوالی این پرسش مطرح است که آیا با وجود پیشرفت هایی در بسترهای ارتباطی و رسانه ای، روزنامه ها به عنوان یکی از رسانه های قدیمی همچنان به حیات خود می توانند ادامه دهند؟ آیا روزنامه ها با وجود گسترش استفاده از فضای مجازی همچنان مخاطب خواهند داشت؟

بدون شک طی این سال ها رسانه های چاپی و به خصوص روزنامه ها بدین سان مورد تهدید قرار نداشته اند.

اگر نگاهی به سیر تحولات مطبوعات در ایران بیندازیم می بینیم در طول این مسیر به نسبت طولانی، رقبای سرسختی همچون رادیو، تلویزیون، و خبرگزاری ها، وب سایت ها، وبلاگ ها و شبکه های اجتماعی همچون فیس بوک به صحنه آمدند اما رسانه های مکتوب به راه خود ادامه دادند. اما آن چه که رسانه های نوین همچون پیام رسان های اجتماعی بر بستر تلفن های هوشمند را تبدیل به جدی ترین تهدید روزنامه ها کرده برخورداری این رسانه های نوین از امکان تعامل و دوسویگی ارتباط بین رسانه و مخاطبان است. ظهور و اقبال عمومی به پیام رسان ها هم اکنون یکی از پرمخاطره ترین زمان ها را برای رسانه های مختلف از جمله رسانه های مکتوب شکل داده است.

براساس آمارهای منتشر شده طی ۱۰ سال آینده رسانه های چاپی رو به افول ترین کسب و کارها خواهند بود به گونه ای که طی پنج سال گذشته شمار گان روزنامه ها به استثنای برخی کشورها بین ۲۰ کشور مطرح به طور میانگین از پنج تا ۳۵ درصد کاهش داشته است.

با این وجود به نظر می رسد اگر رسانه های مکتوب الزاماتی را که به اختصار در ادامه مطلب خواهد آمد رعایت کنند راهی برای بقا خواهند داشت:

اعتبار و روایی/ یکی از مهم ترین نقاط ضعف رسانه های دو سویه همچون تلگرام قابل استناد نبودن محتوای آن است. قطعا شما صرف خواندن یک خبر در یک کانال تلگرامی یا پست توئیتری و اینستاگرامی نمی توانید از صحت آن مطمئن شوید چون هیچ الزامی به رعایت روایی و صحت در فضای مجازی وجود ندارد موضوعی که در رسانه های رسمی از جمله در روزنامه ها به دلیل الزام به پاسخ گویی خبرهای منتشر شده باید قاعدتا مستند انعکاس پیدا کند.

توجه به خبرهای محلی/ خبرها، سوژه ها و گزارش های پیگیرانه محلی و منطقه ای می تواند کمک خوبی برای بقای مطبوعات باشد. معمولا بنگاه های خبری به گزارش ها و موضوعات محلی آن گونه که باید نمی پردازند بنابراین رسانه های محلی یکی از مولفه هایی است که رسانه های مکتوب می توانند به آن توجه بیشتری داشته باشند.

به هم پیوسته اطلاع رسانی/ یکی از شاخصه های دیگر، داشتن یک شبکه رسانه ای از مجموع رسانه هاست. در این شبکه به هم پیوسته اطلاع رسانی رسانه مکتوب باید در «مدیاهای» مختلف همچون حضور در شبکه های اجتماعی، پیام رسان های اجتماعی، وبلاگ، وب سایت، اپلیکیشن و سامانه پیامکی حضور داشته باشد و مخاطب، اخبار و مطالب روزنامه را در مدیاهای مختلف ببیند و بتواند به راحتی با آن تعامل داشته باشد. این کار به چسبندگی بیشتر مخاطب به رسانه مکتوب کمک می کند.

فرا خبر/ رسانه های فضای مجازی قادر به استفاده از تعداد مشخصی کلمه هستند و حتی اگر بتوانند تعداد کلمات بیشتری استفاده کنند مخاطب رغبتی برای خواندن آن در فضای مجازی ندارد. در نتیجه فرصتی برای تحلیل در این رسانه وجود ندارد. این موضوع می تواند فرصتی باشد تا روزنامه ها با دور شدن از فضای خبری صرف و پرداختن به تحلیل و ایجاد فرا خبر که شامل تحلیل، نقد، گفت و گو یا ارائه سابقه ای از خبر است، این امکان را فراهم کند که مخاطب با انگیزه به سمت آن برود.

سرگرمی/ روزنامه ها می توانند در حوزه سرگرمی هم مخاطب جذب کنند چون بعضی از سرگرمی ها دارای اقتضائاتی است که در فضای مجازی حداقل فعلا امکان پذیر نیست از این بین می توان به جدول، سودوکو، فرم های عملی، کاریکاتور و... اشاره کرد. قطعا رعایت این الزامات به بقای روزنامه کمک به سزایی خواهد کرد.

اقتضائات بومی/ وقتی رسانه های مکتوب را در ایران ارزیابی می کنیم، به روشنی در می یابیم متاسفانه در کشور سابقه خوبی در روزنامه خوانی نداریم و اصولا در مقایسه با کشورهای همسایه «روزنامه خوان» نیستیم. شاهد این ادعا هم می تواند شمار گان روزنامه ها در کشور باشد که در زمان اوج خود در دهه شصت به حدود چهار میلیون نسخه رسید و اکنون این تعداد به حدود ۸۰۰ هزار نسخه کاهش پیدا کرده است.

نظارت و دیده بانی/ در بسیاری از نقاط دنیا گردش آزاد اطلاعات به نوعی وجود دارد که علاوه بر نظارت بر عملکرد دستگاه ها باعث ایجاد جذابیت می شود اما در کشور ما با توجه به مدل گردش اطلاعات، این نوع گردش را تجربه نمی کنیم و طبیعتا مچ گیری و جذابیت های رسانه ای کاهش می یابد و اقبال از رسانه ها نیز کمتر می شود.

تریبون جریان های سیاسی/ در کشور ما اکثر روزنامه ها تنها رسانه های رسمی جریان های سیاسی کشور هستند و روزنامه ها به نوعی تریبون و ویترین جریان های سیاسی به حساب می آیند به همین دلیل این جریان ها به راحتی حاضر به از دست دادن این تریبون نیستند زیرا برون داد فعالیت های جریان های سیاسی توسط همین روزنامه ها اتفاق می افتد در حالی که در کشورهای دیگر مدیاهای متنوعی برای جریان های سیاسی موجود است.

ترکیب جمعیتی/ یکی دیگر از نکاتی که باید به آن اشاره کرد ترکیب جمعیتی است. در کشور ما ترکیب جمعیتی به گونه ای است که تعداد افرادی که باید جذب رسانه مکتوب شوند با آن ارتباط برقرار کرده اند و این ارتباط حداقل تا ۳۰ سال آینده برقرار خواهد بود.

آینده ای بهتر/ باید گفت که رسانه های مکتوب در آینده نمی تواند وضعیتی بدتر از این روزها داشته باشد. چرا که وجود بحران اقتصادی به حدی شده است که خیلی از روزنامه ها شمار گان شان را کم کرده اند تا بتوانند هزینه های شان را کاهش دهند. مولفه های تاثیر گذار بر هزینه های یک روزنامه، گرانی کاغذ و رکود بازار است که در چند سال اخیر شاهد آن هستیم.

در نتیجه به نظر می رسد شرایط برای رسانه های مکتوب از این بدتر نمی شود و در آینده رسانه های مکتوب اوضاع بهتری را تجربه خواهند کرد به شرط آن که الزامات مذکور را رعایت کنند.

گرچه وضعیت کنونی به خصوص به لحاظ اقتصادی یکی از سخت ترین شرایط حفظ روزنامه هاست اما چنان چه، صاحبان رسانه های مکتوب به الزامات کار حرفه ای و ارتقای مداوم کیفیت از یک سو و پیگیری مطالبات اصیل و اساسی مردم و شناخت فرصت ها از دیگر سو همت بگمارند و همچنین صداقت و امانت داری و شناخت و پاسخ گویی به نیازهای مخاطبان را اصل بدانند همچنان می توانند زنده، اثر گذار و حتی جریان ساز باشند.

تاریخچه روزنامه در ایران به بهانه سالروز چاپ اولین شماره صور اسرافیل

روزنامه در ایران

روزنامه ها را اکنون در همه جا می توانید پیدا کنید؛ در دورترین نقاط کشور، در خیابان های شهرهای بزرگ، در کوچه های باریک شهرهای کوچک، در هواپیما در هتل ها، رستوران ها، تاکسی ها و حتی در آرایشگاه ها. آن ها لوله شده دست به دست می شوند. یادتان باشد روزنامه ای که این روزها به راحتی در اختیار ما قرار می گیرد روزگاری با سختی و مشقت زیاد به دست خوانندگانش می رسید. مثلا پخش روزنامه «وقایع اتفاقیه» به این شکل بود که روزنامه به محض چاپ به چاپارخانه ها فرستاده و از آن جا سهم شهرستان ها به مراکز استان ارسال می شد. گاهی یک روزنامه چند روز طول می کشید تا به شهر دیگری برسد. به بهانه ۱۴ دی ماه که سالروز چاپ اولین شماره روزنامه مستقل صور اسرافیل است سراغ تاریخچه روزنامه در ایران رفتیم.

■ اولین های روزنامه

گفته می شود اولین روزنامه چاپی ایران، در دوره سلطنت محمد شاه قاجار تاسیس شد. روزنامه‌ای به نام «کاغذ اخبار» که به دستور محمد شاه قاجار توسط میرزا صالح شیرازی منتشر می شد و سه سال بیشتر عمر نداشت. بعد از «کاغذ اخبار» تا دوره ناصری هیچ روزنامه‌ای چاپ نشد. «وقایع اتفاقیه» که گاهی به اشتباه به عنوان نخستین روزنامه ایرانی از آن یاد می شود ۱۴ سال بعد از کاغذ اخبار یعنی سال سوم پادشاهی ناصرالدین شاه، به دستور امیرکبیر و برای شرح اخبار شاهنشاهی شروع به کار کرد. البته این روزنامه دولتی هم از شماره ۴۷۲ تغییر نام داد و به دستور شاه تعطیل شد.

■ آغاز به کار روزنامه های مستقل

با روی کار آمدن مظفر الدین شاه و انقلاب مشروطه و تحولی که در جامعه رخ داد، روحی تازه و جدید به ادبیات کشور دمیده شد. گروهی از شعرا و نویسندگان به جرگه آزادی خواهان پیوستند و توانستند از راه قلم به جنگ برخیزند. در همان دوران بود که صور اسرافیل در ۱۴ دی ماه سال ۱۲۷۷ به صورت کاملا مستقل و جدا از دولت شروع به کار کرد و به یکی از موثرترین نشریه های دوره قاجاریه و عصر مشروطه بدل شد. این نشریه ابتدا با مدیریت میرزا جهانگیر خان شیرازی و سرمایه میرزا قاسم خان تبریزی و دبیری و قلم میرزا علی اکبر خان قزوینی (دهخدا) تهیه و منتشر می شد. تندروی ها و جسارت به مردم و اعتقادات شان مشکلاتی برای سرمایه گذار روزنامه ایجاد کرد و باعث مهاجرت دهخدا به خارج از کشور شد. بعد از کشته شدن میرزا جهانگیر خان تمام بار نشریه (نشر سه شماره آخر) بر دوش میرزا علی اکبر دهخدا افتاد و به همت وی در خارج از کشور چاپ می شد.

■ مطبوعات در دوره رضاشاه

با انجام کودتا در سوم اسفند ۱۲۹۹ و روی کار آمدن رضا شاه یک بار دیگر بختک توقیف بر سر مطبوعات فرود آمد. سید ضیاءالدین طباطبایی که تا پیش از کودتا خود سه روزنامه شرق، برق و رعد را منتشر کرده بود، در همان ابتدای نخست وزیری اش دستور توقیف همه نشریات مهم پایتخت را صادر کرد.

از روز بعد از کودتا، یعنی چهارم اسفند تا پایان دولت ۹۳ روزه سید ضیاء الدین طباطبایی، به جز روزنامه ایران و دو سه روزنامه دیگر، تمامی نشریات در محاق توقیف قرار گرفتند. علاوه بر آن، تعدادی از مدیران نشریات به همراه برخی دیگر از سیاسیون بازداشت شدند و به زندان افتادند.

■ دوره پهلوی دوم

دوره نخست که دوره رفع اختناق سیاسی پس از تبعید رضاشاه به جزیره موریس را در بر می گیرد، جراید دو مرتبه پا به دایره انتشار گذاشتند و هر روز در تهران و شهرستان ها یک یا چند روزنامه تازه منتشر می شد. هنوز دوره سلطنت محمدرضا شاه به یک سالگی نرسیده بود که با روی کار آمدن قوام السلطنه و به هم ریختگی اوضاع سیاسی کشور و نابه سامانی وضعیت اقتصادی که مردم را در تنگنای معیشتی قرار داده بود، حکومت نظامی تمامی مطبوعات را منحل کرد و مدیران آن ها را به زندان انداخت و میان کل جراید آن روز، فقط نشریه ای به نام اخبار روز، از طرف دولت منتشر شد که حاوی اخبار جاری روز بود.

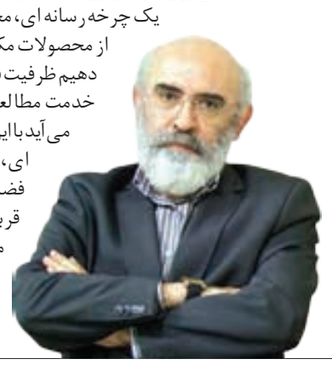
آینده رسانه های مکتوب

روزی بدون روزنامه؟!

واقعیت شگفت انگیز و پرنفوذ امروز دنیا و به خصوص جامعه ما فضای مجازی است و این تناقض عجیب دوران ماست که فضای مجازی بر بسیاری از شئون زندگی واقعی ما سایه انداخته است و هر کدام از ما برای انجام امور مختلف به آن مراجعه می کنیم. انسان به عنوان موجود چند بُعدی در زندگی اش متاثر از رسانه ها، نهادها و نیروهای اجتماعی است. اما می توان ادعا کرد هم اکنون قوی ترین نیروی جامعه برای تحت تاثیر قرار دادن مردم فضای مجازی است. در دهه ۷۰ میلادی، روزی که «آرپانت» به عنوان بستری شبکه مانند برای تبادل اطلاعات در مراکز مهم امنیتی آمریکا، به راه افتاد، هیچ کس گمان نمی کرد شاید روزی این فناوری نه تنها تمام آمریکا بلکه سرتاسر جهان را پوشش دهد و در سیطره خود درآورد. امروزه با ابزاری کم و در دسترس هر کسی به مجموعه وسیعی از منابع اطلاعاتی دسترسی دارد. فضای مجازی در عین خدمات ویژه ای که دارد باعث وابستگی مردم به آن، به خصوص در حوزه هایی شده است که شاید بتوان آن ها را نیاز کاذب نامید. شکل و عمق این تاثیر گذاری را می توان در اشکال مختلفی پیدا کرد که یکی از آن ها تاثیر گذاری فضای مجازی بر خوانش روزنامه ها به خصوص خود نسخه های مکتوب توسط مخاطبان دیروز و امروز روزنامه هاست. کسانی که زمانی بیشتر نکات آموزشی، اخبار و ابزارهای سرگرمی خود را در رسانه های مکتوب جست و جو می کردند و تاثیر می گرفتند اما حالا ممکن است با وجود فضای مجازی، مطالعه رسانه های مکتوب توسط آن ها تحت تاثیر قرار گرفته باشد. بررسی این اثر گذاری از آن جا مهم است که بدانیم رسانه های مکتوب چه برنامه هایی برای بقای خودشان باید انجام دهند تا مجبور به حذف از گیشه های فروش نشوند. در این زمینه نظر چند صاحب نظر را که با سالنامه «مهرنامه» گفت و گو کردند خواهید خواند.

■ فضای مجازی به بقای رسانه مکتوب کمک می کند

یونس شکرخواه دکترای ارتباطات درباره این که چگونه می توان از ظرفیت فضای مجازی برای تداوم روزنامه نگاری سنتی و مکتوب استفاده کرد، می گوید: «بعضی موارد مربوط به مهارت های ارتباطی است. مثل بعضی روزنامه ها که وب سایت و اینستاگرام هم دارد. مخاطب این روزنامه در حال چرخش بین این فضاهاست و در حالی که یک اتفاق را در لحظه از طریق وبسایت یا اینستاگرام دنبال می کند فردای آن روز می تواند تحلیلی را هم درباره آن در روزنامه بخواند. بنابراین اگر کسی مهارت کار با فناوری های جدید را پیدا کند این فناوری ها به کمک اش می آید.» دکتر شکرخواه در گفت و گویش تاکید می کند که ماهیت فضای مجازی تهدیدی برای روزنامه ها نیست اگر بتوانند بر عوامل تهدید کننده ای فائق بیایند که داخل خودِ کار روزنامه نگاری مکتوب است. در حقیقت از نظر این استاد ارتباطات، سرنوشت روزنامه ها دست خودشان است نه فضای مجازی. در ضمن شکرخواه معتقد است فضای مجازی تاثیر مستقیمی روی خوانش روزنامه ها دارد اما چنان چه با تعریف یک چرخه رسانه ای، مخاطب را در سیکلی از محصولات مکتوب و مجازی قرار دهیم ظرفیت فضای مجازی هم به خدمت مطالعه بیشتر روزنامه در می آید با این نوع مدیریت رسانه ای، روزنامه تحت تاثیر فضای مجازی نه تنها قربانی نمی شود بلکه مخاطب بیشتری پیدا خواهد کرد.



■ بحران روزنامه، نخریدن ورژن کاغذی آن نیست

حسن نمکدوست روزنامه نگار، مترجم و استاد علوم ارتباطات درباره این که چرا رسانه های آنلاین بیشتر از مطبوعات خوانده می شوند، می گوید: «در هیچ کشوری به اندازه کشور ما خبرگزاری نمی بینید؛ آن هم خبرگزاری هایی که گرچه عموما خود را مستقل و بدتر از آن صدای ملت معرفی می کنند اما از انواع یارانه مستقیم و غیرمستقیم برخوردارند و نه تنها محتوای تولید خودشان، بلکه محتوای دیگران را هم با کپی پیست کردن، رایگان منتشر می کنند. در این شرایط امکانی برای رقابت وجود ندارد. طبیعی هم هست که مخاطب به جای این که به دکه برود و روزنامه بخرد ترجیح می دهد پای اینترنت بنشیند و هم نسخه های پی دی اف روزنامه ها و هم محتوای خبرگزاری و سایت های خبری را رایگان بخواند.» دکتر نمکدوست باز هم معتقد است: «بحران روزنامه نگاری ما بحران نخریدن ورژن کاغذی آن نیست، بحران نخریدن روزنامه به ماهیت روزنامه است که یک جلوه اش رادیو و تلویزیون است. با توجه به این که ۳۵ میلیون جوان داریم این اعداد چه برای خبرگزاری، چه سایت و چه روزنامه مناسب این جامعه نیست و دلیل اش هم خیلی ساده است: آدم های این جامعه می خواهند خودشان را در این رسانه ها ببینند به همین دلیل هم حاضر می شوند رسانه ها را بخرند. اما خودشان را در این رسانه ها نمی بینند، مسئله و نیازهای شان را نمی بینند و لاجرم دلزده می شوند.» در حقیقت دکتر نمکدوست بحران رسانه را مختص به روزنامه ها نمی داند و هر آن چه را کارکرد رسانه دارد، چنان چه نیازی نیافریند و نیازی را منعکس نکند، محکوم به شکست می داند. نمکدوست هم ماهیت فضای مجازی را تهدیدی برای روزنامه ها نمی داند.

■ کلیت مطالعه در نظام آموزشی ما دچار چالش است

دکتر فریدون صدیقی استاد ارتباطات و روزنامه نگار پیش کسوت هم در این گفت و گو درباره تاثیر فضای مجازی بر خوانش روزنامه ها می گوید: «من فضا را چندان تهدید کننده نمی بینم. به این دلیل که هیچ کدام نهادینه نشده اند. تا زمانی که نظام آموزشی ما به جایی نرسد که مطالعه و خواندن، اطلاع رسانی و تعامل جای خودشان را پیدا نکنند، صحبت از این که چرا روزنامه خوانده نمی شود، بی فایده است.» در حقیقت این استاد روزنامه نگاری چالش اصلی روزنامه ها را مربوط به این می داند که کلیت مطالعه در نظام آموزشی ما دچار چالش است و عمیق نیست.

یادداشت

مجید فکری
international@khorasannews.com

شبکه های مجازی؛ فرصتی برای رسانه های کاغذی

چند سالی است که این سوال ساده ذهن ارباب جراید و روزنامه خوان ها را به خود مشغول کرده است؛ "با فراگیر شدن شبکه های مجازی و سایبر ژورنالیسم، آیا عمر رسانه های سنتی و مکتوب سر آمده است؟" آیا به پایان عمر ژست کلاسیک و آرامش بخش میز صبحانه و فردی که در حال نوشیدن چای یا قهوه اش روزنامه هم می خواند، نزدیک شده ایم؟

همان طور که می دانید برای رسانه های جمعی پنج وظیفه و کارکرد اصلی تعریف شده است که با دقت بر این کارکردها می توان شرایط موجود و افق آینده و الزامات ممکن را بهتر بررسی و تحلیل کرد؛ نقش اول و مهم رسانه های جمعی اطلاع رسانی است، بعد از آن آموزش، هدایت افکار عمومی، تبلیغات و در نهایت سرگرمی.

آن چه مسلم است با توجه به این کارکردها و نیز شرایط موجود بقای مطبوعات و رسانه های چاپی مستلزم رعایت چند نکته است.

اول آن که رسانه های مکتوب و سنتی باید با تکیه بر کارکرد اطلاع رسانی، آموزش و هدایت افکار عمومی، بیش از پیش بر بعد مستند سازی محتوای خود پایبند و بر آن تاکید داشته باشند چرا که یکی از بزرگ ترین نقاط ضعف فضای مجازی و شبکه های اجتماعی هم اکنون تولید انبوه محتوای مستند و غیر مستند است که بنا بر تحقیقات صورت گرفته ۸۰ تا ۸۵ درصد آن بی پایه و اساس و بدون هیچ سند علمی و کارشناسی است.

بنابراین رسانه های مکتوب می توانند با استفاده از این نقطه ضعف اعتماد مخاطبان را بیش از پیش جلب و محبوبیت خود را بین جامعه مخاطب به خصوص مخاطب نخبگانی حفظ کنند هر چند که یکی از ویژگی های شبکه های اجتماعی آن است که فاصله جامعه توده ای را با جامعه نخبگانی کاهش داده و این به خودی خود رویداد مبارکی است.

دوم این که رسانه های سنتی و مکتوب می توانند با تکیه بر ویژگی بسیار مهم و مفید تعاملی بودن فضای مجازی و رسانه های آنلاین و نیز حضور پر رنگ شهروند خبرنگاران در این فضا و تولید و انتشار انبوه اخبار و اطلاعات مستند و غیر مستند، به سوژه های خوبی دست یابند و با حفظ جایگاه و شان رسانه رسمی خود آن سوژه ها را دستمایه تحلیل ها و نرم خبرهای خود کنند و با تولید ارزش افزوده، مخاطب دنیای مجازی را در پی تایید مطلبی که در شبکه های اجتماعی دیده است به رسانه خود جذب کنند و به تدریج جزو مخاطبان وفادار خود سازند.

به عبارت دیگر می توان به فضای مجازی، شبکه های اجتماعی و حتی روزنامه نگاری سایبر نه به عنوان یک تهدید بلکه فرصت نگاه کرد اگر رسانه ای مقتدر با بدنه علمی و صد البته پشتوانه اجتماعی مناسب باشیم.

در عین حال نباید این واقعیت روان شناسانه را نیز از نظر دور داشت که انسان با تکیه بر دو حس خود اطلاعات و دانش را در ضمیر ناخودآگاه اش ماندنی تر و عمیق تر به خاطر می سپارد؛ حس بویایی و لامسه.

در واقع هر زمان رسانه ای با تلفیقی از سه حس بینایی، بویایی و لامسه در دسترس مخاطب قرار گیرد هم استفاده از آن برای مخاطب دلچسب تر است و هم اطلاعات آن ماندنی تر به خصوص آن جا که پای تبلیغات و سرگرمی یعنی دو کارکرد آخر رسانه های جمعی به میان می آید و این نیز فرصتی است که برای دنیای مجازی وجود ندارد و تنها حس بینایی و در نهایت شنوایی در آن درگیر می شود.

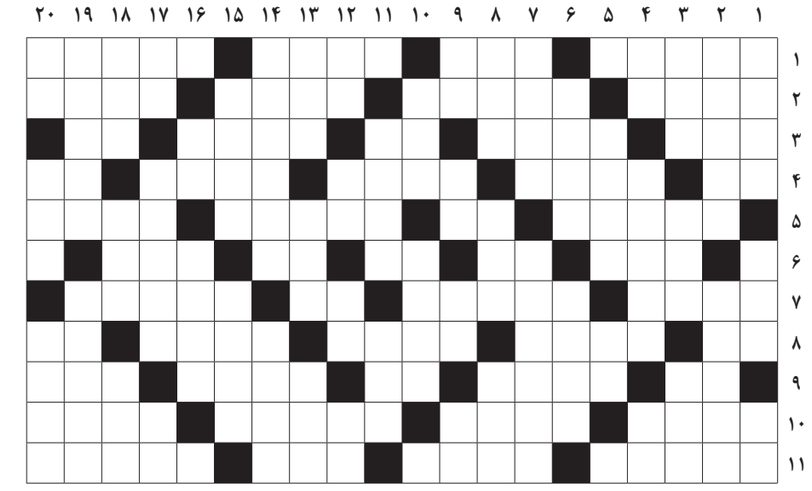
بنابراین می توان گفت که ترجیح مخاطب اگر در مقام انتخاب برآید و امکان انتخاب برایش وجود داشته باشد، هنوز و همیشه رسانه های مکتوب خواهد بود، حداقل در کنار رسانه های مجازی. حال این به شما بستگی دارد که صبح تان را با عطر چای آغاز کنید و بوی کاغذ یا با تبلت و گوشی هوشمند.

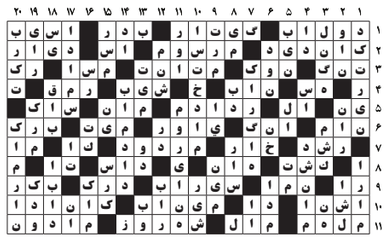
جدول متوسط [شماره ۷۰۲۱]

طراح جدول: مریم احمدی

افقی:
۱- عددی است برای نشان دادن مقاومت بنزین یا دیگر سوخت ها در مقابل گرما و فشار - غرور - اهتمام - گرد آوردن در یک جا ۲- چهل و دومین سوره قرآن کریم - ظرف گل - هموار - اشاره ۳- قرض - کمر - تیر پیکان دار - خاکستری - قدم یکپا ۴- مخترع تلفن - دریغ و حسرت - فرق سر - واجب - مایه حیات ۵- نفس شیطانی - فلز رسانا - مرکز - حیوان بارکش ۶- پیروان - سست - یک دست بازی - پوستین - گنج ۷- بیماری کم خونی - بازار معروف - ماه سرد - بزرگ شدن غده تیروئید بر اثر کمبود ید ۸- بی حس - ماشین روسی - خرما فروش - سوداگر - دربست کارخانه ۹- خیس - واگیر - دست عرب - پایین جامه - نمونه ۱۰- معطر - اگر حروفش مرتب شود به معنی علاج و درمان است - خدای ایرانیان باستان - تباهی ۱۱- معامله پایاپای - زین و برگ اسب - عقوبت - هواپیما

عمودی:
۱- بلوا - ثروت - صنم ۲- خرس درختی - خستگی ناپذیر ۳- نیم سال تحصیلی - مادر - نفاق ۴- یازده - خویشاوند - گوشت ترکی ۵- شادمانی - برگ برنده ۶- نوعی پای افزار - مسیر گردش ۷- محل تحصیل - صیاد ۸- پیکر - درس خوانده - رفیق ۹- علامت مفعولی - تپانچه - برهنه - بخار دهان ۱۰- جد - از اشکال هندسی ۱۱- خیر و فراوانی - به جا آوردن ۱۲- سیلی - ویتامین جدولی - گوهر - آخرین نازی ۱۳- نظرات - تازگی - توطئه ۱۴- از خواهران برونته - موثر ۱۵- وقت - از حروف الفبای یونانی ۱۶- سدی در خوزستان - بالشتک ۱۷- آب عرب - از شهرهای هرمزگان - نرخ بازاری ۱۸- جاده قطار - نیتروژن - شبانگاه ۱۹- نادر - گیرنده امواج ۲۰- به دنیا آوردن - طلایی - از بخش های تمدن بابل



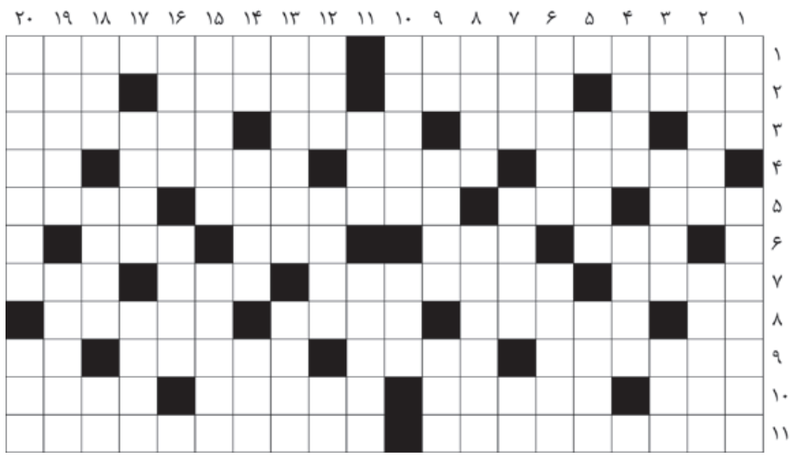


حل جدول شماره ۷۰۲۰

جدول سخت [شماره ۲۳۵]

طراح جدول: بیژن گورانی

افقی
۱- فقیه و عارف قرن چهارم و پنجم که ابوالقاسم قشیری از مریدان وی بود - حاصل ضرب مشتق تابع در نمو متغیر ۲- بسیار، زیاد - مدفن امام هادی(ع) - شهری در شرق استان تهران - تیز و برنده ۳- ورزش پایه - مربوط به اداره - پیشرفته و مدرن - مایعی برای خوشبو کردن صورت و بدن ۴- آش هفت دانه - بالا رفتن - ریاست - از اقمار سیاره مشتری ۵- بی خوابی - میان برنامه تلویزیونی - رمانی نوشته مجید قیصری - مشغول به کار ۶- پشم شتر - بی سواد - سوره هفتادویکم قرآن - نوعی مدار الکترونیکی ۷- خواهر اسفندیار در شاهنامه - از الحان موسیقی قدیمی ایرانی - گوسفند قربانی - دریاچه ای در ترکیه ۸- تکراریک حرف - شاعر و عارف ایرانی قرن ششم - شوکت - صباغ ۹- ویراستار - سرور و آقا - پلیس مبارزه با سارقان و تبهکاران - ناراست ۱۰- ضربه ای در بوکس - اثری از شاتو بریان فرانسوی - شمارگان - پاک ۱۱- وزیر ایرانی خلیفه هارون الرشید - مجموعه داستانی نوشته شهریار مندنی پور.

عمودی
۱- کشوری قدیمی در بین النهرین - آبزی دریایی با بدنی کشیده ۲- کاخی معروف در اتریش - ستایش شده ۳- پیشوند تکرار - از عیوب شعر - یک نفر ۴- افسار - نمره عالی ۵- چیدمان صحنه - عنوان شاهزادگان دوره صفوی ۶- مأمور تشریفات عصر صفوی - نویسنده و فیلسوف فرانسوی قرن بیستم ۷- چوبه اعدام - بیماری ویروسی جانوران گوشتخوار - اصل هر چیز ۸- پیراهن - دارایی شخصی ۹- پسوند فاعلی - انعام و بخشش - صوت اندوه و افسوس ۱۰- کتاب طب ابن سینا - عبادت مستحب ۱۱- کتاب مقدس هندو - شهری در اتریش ۱۲- شیخ نشین امارات - قدرت و نیرو - حرف گزینش ۱۳- سازمان علمی و فرهنگی وابسته به سازمان ملل متحد - کمک ۱۴- دهان - قطره - وقت، زمان ۱۵- گوشه ای در دستگاه نوا - نوعی شکلات ۱۶- داخل - دشمنی کسی را در دل داشتن ۱۷- مقر حکومت مارشال پتن - جهان ۱۸- غذای زود هضم - آتش - روحانی زرتشتی ۱۹- فرمان مغولی - پاکان ۲۰- ماده دارویی که از پشم گوسفند به دست می آید - پایین رفتن آب دریا.

حل جدول شماره ۲۳۴