

جهان در ۲۰۵۰

هوشمند شدن همه وسایل، کشف شدن واکسن بیشتر بیماری‌ها، عادی شدن قطعی برق در دنیا و ... از اتفاقات پیش‌بینی شده برای ۳۰ سال آینده است



مهسا کسنوی | روزنامه‌نگار

پرونده

پیش‌بینی آینده همیشه برای ما اتفاق جالب و هیجان انگیزی بوده است. این که جهان در سال‌های بعد چه تغییری خواهد کرد و زندگی ما به واسطه این تغییرات چه تفاوت‌هایی خواهد داشت، بسیار قابل توجه است. حتی در بعضی فیلم‌ها و کارتون‌ها به آینده جهان پرداخته شده و درباره تسخیر زمین توسط روبات‌ها، نابودی زمین و کوچ بشر به مریخ یا تغییراتی که در جهان آینده رخ می‌دهد، چندین فیلم‌نامه و سناریو نوشته شده است. سال‌ها پیش یکی از اقوام بشر معتقد

کشف واکسن و درمان بیماری‌ها

با همه گیری کرونا مسابقه یافتن در مان‌ها و واکسن‌ها برای این بیماری آغاز شد. این چالش به پیشرفت‌هایی در زمینه علوم پزشکی هم منجر شد. شاید از حالا بتوانیم حدس بزنیم که در ۲۰۵۰ چه بیماری‌های جدیدی انسان را تهدید خواهد کرد اما تا ۳۰ سال آینده قطعا در زمینه‌های پزشکی رشد بالایی داریم، واکسن و درمان بیماری‌های فعلی نظیر ایدز را خواهیم یافت. پژوهشگران بر این باورند که تا یکی، دودهمه آینده می‌توانند واکسن پیشگیری از شیوع بیماری ایدز و بسیاری از بیماری‌های دیگر را کشف کنند.

گوشت مصنوعی؛ غذای اصلی

در سال ۲۰۰۴، گاردین به درستی پیش‌بینی کرد که تمایل بیش از حد جهان توسعه‌یافته به گوشت یکی از مهم‌ترین موضوعات برای بقای انسان است. مصرف بیش از حد گوشت و لبنیات در غرب همچنان به گرم شدن کره زمین دامن می‌زند. انسان امروز آگاه‌تر شده و با توجه به این موضوع و با هدف حفظ محیط زیست سعی بر حذف یا کمتر کردن مصرف گوشت در سبد غذایی خود گرفته است و از پروتئین‌های گیاهی به جای آن استفاده می‌کند. به همین دلیل پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۵۰ اغلب انسان‌ها در جهان از غذاهای گیاهی یا گوشت‌های مصنوعی استفاده کنند. پیش‌بینی می‌شود رژیم غذایی مردم



تا سال ۲۰۵۰ بیشتر شامل میوه‌ها، سبزیجات، آجیل و حبوبات باشد و تقریباً مصرف آن‌ها دو برابر شود و مصرف گوشت قرمز و شکر تقریباً بیش از ۵۰ درصد کاهش یابد.

رفع ۸۰ درصد نیازها با انرژی‌های تجدیدپذیر

صنعت سوخت‌های فسیلی هم اکنون بخشی از بازار اصلی سرمایه‌گذاری جهانی است و مافیاهای زیادی در سراسر جهان دارد. هر چه جمعیت بیشتر شود، تعداد مسکن و خودروها هم افزایش می‌یابد که مسلمان سوخت بیشتری نیاز دارند. بنابراین با همین روند مصرف فعلی در سال ۲۰۵۰، با افزایش ۱۱۰ درصدی تقاضای نفت به بیش از ۱۹۰ میلیون بشکه در روز و دو برابر شدن کل تقاضای انرژی رویه‌رو خواهیم شد. بنابراین برای ۳۰ سال آینده باید به دنبال سوخت‌های غیر فسیلی باشیم. طبق پیش‌بینی‌ها تا سال ۲۰۵۰، انرژی تجدیدپذیر می‌تواند ۸۰ درصد نیازهای کشورهای توسعه‌یافته را تأمین کند.

برابری جنسیتی

روز به روز برابری جنسیتی در دنیا بیشتر می‌شود. پیش‌بینی می‌شود در ۲۰۵۰، زنان و مردان در بیشتر کشورهای توسعه‌یافته، سهمی برابر در کارهای منزل و بچه‌داری خواهند داشت و دستمزد‌ها و مشارکت زنان در بازار کار به مردان نزدیک شود.

جمعیت، نرخ باروری و امید به زندگی در ۲۰۵۰

طبق گزارش جدید سازمان ملل در سال ۲۰۱۹، انتظار می‌رود در ۳۰ سال آینده جمعیت جهان ۲ میلیارد نفر افزایش یابد و از ۷/۷ میلیارد نفر کنونی به ۹/۷ میلیارد نفر در سال ۲۰۵۰ برسد. جمعیت جهان به دلیل افزایش امید به زندگی و کاهش سطح باروری در حال پیر شدن است اما همچنان رشد دارد و نرخ شد در مناطق مختلف بسیار متفاوت است. احتمالاً در سال ۲۰۲۷ هند از چین پیشی می‌گیرد و در مقام اول پرجمعیت‌ترین کشور جهان خواهد ایستاد. نرخ باروری جهانی، از ۳/۲ تولد برای هر زن در سال ۱۹۹۰ به ۲/۵ در سال ۲۰۱۹ رسیده و احتمالاً در سال ۲۰۵۰ به ۲/۲ کاهش می‌یابد اما امید به زندگی در جهان تغییر خواهد کرد، از ۶۴/۲ سال در ۱۹۹۰ به ۷۲/۶ سال در ۲۰۱۹ رسیده و انتظار می‌رود که در سال ۲۰۵۰ به ۷۷/۱ سال افزایش یابد. پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۵۰ از هر شش نفر در جهان یک نفر بالای ۶۵ سال (۱۶ درصد مردم جهان) خواهد بود، در حالی که این آمار هم اکنون ۹ درصد است.

تاخت و تاز خیره‌کننده فناوری

سال‌ها پیش با این که رایانه‌های شخصی و تلفن‌های همراه در حال توسعه بودند اما درک این که چگونه فناوری ارتباطات را دگرگون می‌کند، دشوار بود. تکنولوژی قطعا تا سال ۲۰۵۰ با سرعت باورنکردنی رویه جلود می‌رود. در ادامه به چند مورد از محتمل‌ترین آن‌ها اشاره خواهیم کرد.

- 📍 **نانوبات‌ها** تا سال ۲۰۵۰، نانوبات‌ها (روبات‌هایی که اجزای آن‌ها در مقیاس نانو هستند) تولید شده و مغز ما به طور مستقیم به فضای مجازی متصل می‌شود. از طریق نانوبات‌ها شما کاملاً از سیستم عصبی در واقعیت مجازی غوطه‌ور می‌شوید. در حقیقت می‌توانید همان کاری را که قبلاً با گوشی‌های هوشمند خود انجام می‌دادید با مغز خود انجام دهید!
- 📍 **گردشگری در فضا** شما در سال ۲۰۵۰ می‌توانید مقصد خود را برای سفر بین کشورهای اروپایی، آمریکایی، آفریقایی و مریخ انتخاب کنید و تعطیلات آخر هفته را به یک سیاره دیگر بروید یا تعطیلات آخر هفته خود را در مریخ بگذرانید.
- 📍 **متصل شدن همه وسایل مان به اینترنت** همه گیری فناوری و اینترنت باعث خواهد شد که همه وسایل روزمره ما احتیاج داشته باشند به اینترنت متصل شوند. در نتیجه شاهد تغییر در طراحی محصولات خواهیم بود. برای مثال در سال ۲۰۵۰ قهوه‌ساز شما به اینترنت متصل می‌شود و طبق دستور بین‌المللی برایتان اسپرسو درست می‌کند!
- 📍 **پروتزها و اندام مصنوعی** قطعا پیشرفت تکنولوژی پای خودش را به دنیای پزشکی و مهندسی پزشکی باز خواهد کرد و با همه گیری استفاده از پروتزها و اندام مصنوعی، معلولیت‌های حاصل از قطع عضو در سراسر دنیا ریشه کن خواهد شد. همچنین ایمپلنت‌های سایبرنتیک برای تقویت عضلات پا هم به یک انتخاب برای مردم تبدیل خواهد شد. چیزی که

عادی شدن قطعی برق در دنیا

اگر انتشار کربن همین‌طور ادامه یابد و هیچ کاری انجام ندهیم، سطح آب دریاها در سراسر جهان بالا خواهد آمد. بر اساس پیش‌بینی‌ها تا سال ۲۰۵۰، شهرهای ساحلی از نیویورک گرفته تا کلکته ویران خواهند شد. بالا آمدن آب اقیانوس‌ها تا سال ۲۱۰۰، ممکن است به ۳ فوت (حدود ۹۱ سانتی متر) برسد اما فقط ۴۵ سانتی متر بالا آمدن آب‌ها هم می‌تواند بسیاری از مردم شهرهای ساحلی را بی‌خانمان کند. در ضمن، هر چه سطح آب دریاها بالاتر بیاید، توفان‌های گرمسیری قوی‌تری خواهیم داشت. همچنین، مصرف انرژی در سراسر جهان افزایش خواهد یافت که به نوبه خود به قطعی گسترده برق منجر خواهد شد. در شهرهای بزرگ با ازدحام جمعیت زیاد، شرایط بدتر خواهد بود. احتمالاً تا سال ۲۰۵۰، بیش از ۵۰ درصد جمعیت این شهرها با خاموشی‌های گاه و بی‌گاه مواجه خواهند شد.

ZENDEGI - SALAM

ضمیمه روزنامه خراسان

سه شنبه ۴ خرداد ۱۴۰۰
۱۳ شوال ۱۴۴۲ • ۲۵ می ۲۰۲۱
شماره ۳۰۶۶۸

۱۸۸۸

سرگرمی‌سازی

در انحصار سلبریتی‌ها

نگاهی به ایده‌نخ‌نمای سرگرمی‌سازان رسانه‌های ایرانی به پنهانه بخش برنامه پیشگو، و پاسخ به این سوال که آیا تنه‌اره سرگرم شدن نشستن پای حرف‌های تکراری چهره‌های تکراری است؟



الیه توانا | روزنامه‌نگار

«پیشگو» روز یک شنبه در شبکه نمایش خانگی منتشر شد. «پژمان جمشیدی»، مجری گری برنامه را بر عهده دارد و مهمان اولین قسمت «امیر آقایی» است. در ادامه قرار است هنرمندان و ورزشکاران دیگری رویه‌روی دوربین بنشینند و برای ما از زندگی‌شان بگویند. ایده‌ای به شدت نخ‌نما که سال‌هاست اولین و آخرین سوز سرگرمی‌سازان است. اصلاً چرا راه دور برویم؟ همین الان دست کم پنج برنامه مشابه در حال پخش است: «خندوانه»، «چهل تیکه» و «چهارده اینچ» در تلویزیون و «هم‌رفیق» و «شب‌آهنگی» و «منویشناس» در شبکه‌نمایش خانگی. پشت‌ساخت «پیشگو» چه فکر و برنامه‌ای خواهد داشت و کدام نیاز مخاطب را قرار است پاسخ دهد؟ سرگرمی؟ مگر تنها راه سرگرم شدن، نشستن پای حرف‌های تکراری چهره‌های تکراری است؟ سلبریتی‌هایی که از این استودبو به آن استودیو می‌روند و تنها چیزی که در هر شود در آن‌ها عوض می‌شود، لباس‌هایشان است، چقدر حرف برای گفتن دارند؟ از خاطرات هزاربار گفته‌شده آن‌ها چه چیزی قرار است نصیب مخاطب شود؟ چرا تکراری‌سازی فقط محدود به چهره‌های ورزشی و هنری، آن‌هم البته تعداد اندکی از آن‌ها شده است؟ آیا نمی‌توان جنبه‌ها و جلوه‌های بیشتر و متنوع‌تری را برای صنعت سرگرمی تعریف کرد و از این دور باطل خارج شد؟ این سوالاتی است که بر نامه‌ساز هاقبل از تصمیم‌شان برای تن دادن به تکرار باید پاسخ‌دهند. البته پاسخی مسئولانه و بر اساس تحقیق نه سرسری و بدون تأمل مشابه آن چه در ادامه می‌آید و قبلاً بارها شنیده ایم.

ایراد از سلیقه سلبریتی‌پسند مخاطب است؟

سرگرمی‌سازها معتقدند تا ک‌شو‌ها که حالا دیگر در کشور ما به شوی سلبریتی‌ها تبدیل شده‌اند، بین مردم طرفدار دارد. گواهاشان هم استقبال مخاطب از این برنامه‌هاست اما مگر در بازار سرگرمی‌های رسانه‌ای ما چقدر تنوع و خلاقیت و رقابت وجود دارد که مخاطب بتواند انتخاب کند؟ تماشا کردن برنامه‌ای مشخص وقتی برنامه قابل رقابت دیگری وجود ندارد، به معنی استقبال نیست. در واقع توضیح بهتر این است که بگوییم تولید کنندگان محتوا، به سلبریتی‌ها علاقه دارند. سلبریتی‌ها چهره‌های آشنایی هستند و قدم اول، جذب مخاطب به همین راحتی ر داشته می‌شود. مطرح کردن یک شخصیت یا مسئله اساساً ساز، هزینه دارد. زمان می‌برد تا مخاطب با تو همراه شود، ممکن است در تشخیص میزان اهمیت و جذابیت سوز به تو هم نظر نباشد و قبل و حین تولید برنامه به بررسی مداوم بازخوردها و تصمیم‌گیری بر اساس آن‌ها نیاز باشد. به علاوه در زندگی شخصی و حرفه‌ای سلبریتی‌ها حاشیه‌های جدی مناقشه برانگیزی وجود ندارد، جز تکیه‌توک پیچ‌های زرد پوشش‌پافتاده که نه تنها برای عوامل برنامه در مسر ساز نیست که اتفاقاً با مانور دادن روی آن‌ها می‌توانند برای خودشان مخاطب بیشتری دست‌وپا کنند. خوب وقتی می‌شود به همین راحتی برنامه ساخت و پول درآورد، چرا که نه؟ قالب کار هم که مشخص است و حتی در حد طراحی سوال و سرگرمی هم نیازی به نوآوری نیست. بر اساس نمونه‌های مشابه خارجی و داخلی، می‌توانی سوال و سرگرمی و حتی دکور طراحی کنی و بقیه کار هم خود به خود پیش می‌رود. اگر هم جایی صدای نقادی بلند شد، می‌توانی بگویی «این سلیقه مخاطب است».

مسئله فقط سرگرمی است؟

اگر فرض بگیریم که این ادعا بر مبنای نظر سنجی و مطالعه مطرح شده، باید بپریم این سلیقه را چه کسی شکل داده است؟ سال‌هاست در برنامه‌های صبحگاهی، ویژه برنامه‌های نوروز و اعیاد دیگر، در تاک‌شوهای شبانه و حالا در شبکه‌نمایش خانگی، فقط و فقط صحبت از سلبریتی‌هاست؛ سلبریتی‌هایی که نه تنها در تریبون‌های شخصی‌شان در فضای مجازی به قدر کافی فرصت برای در معرض تماشا قرار گرفتن دارند بلکه خیال‌شان راحت است که سایر تریبون‌ها هم در اختیار آن‌ها خواهد بود. هر حرف و اظهار نظر شان به سرعت در رسانه‌های رسمی و غیر رسمی پخش می‌شود؛ «نظر فلان هنرپیشه در باره بهمان موضوع»، «کنایه فلان ورزشکار در پاسخ به بهمان اتفاق»، «گفت‌وگو با فلان خواننده در باره وضعیت بهمان». آن قدر این تیتراژها تکرار شده‌اند که شک ندارم خواننده این مطلب به راحتی می‌تواند برای هر «فلان» و «بهمان» چندین اسم ردیف کند. پس طبیعی است اگر زندگی سلبریتی‌ها از دید بخشی از جامعه، تنها موضوع مهم و قابل بحث تلقی شود. سلبریتی‌ها به مرور زمان به مرکز ثقلی تبدیل شدند که همه چیز حول محور آن‌ها می‌گردد. سال‌ها فرصت داشتند سبک زندگی و کرد و دریافت‌شان از جهان پیرامون را در ویرترین برنامه‌های سرگرمی به عنوان تنها الگوی موجود ارائه کنند. ساده لوحانه است اگر فکر کنیم مخاطبی که دایم در معرض این بازنمایی قرار می‌گیرد، تحت تأثیر آن نخواهد بود. مسئله فقط سلیقه بیننده در نوع سرگرمی انتخابی‌اش نیست که از سوی سرگرمی‌سازها شکل گرفته است بلکه ذائقه او در شگون دیگر زندگی نیز به همین ترتیب رنگ می‌پذیرد اما چنین القا می‌شود که واقعا انتخابی در کار بوده است. برای وسعت دادن به نگاه و عمیق دادن به آموزه‌های مخاطب، باید اوار در گیر چالش‌ها و تجربه‌های مفید کرد. فصل اول خندوانه را مرور کنید. بیشتر مهمانان، نه سلبریتی که افراد شناخته‌شده اما فعال و موثر در حرفه‌های مختلف بودند؛ افرادی که تجربه‌های جالبی را از سرگذرانده بودند و به مخاطب این فرصت را می‌دادند تا در تجربه آن‌ها سهیم باشد. انگار بهمان برنامه در شمایل یک کتاب‌ظاهر می‌شد و گفتنی‌هایی را با بیننده در میان می‌گذاشت که برای زندگی بهتر فردی و اجتماعی او کاربردی بود.

