حضرت امام صادق(ع):

خدا دنیا را به دوست و دشمنش عطا می‌کند ولی ایمان را فقط به کسی می‌دهد که او را دوست دارد.

روزنامه سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی
صاحب‌امتیاز و مدیرمسؤول: محمد آخوندی
مدیرعامل: رضا شکیبایی
سردبیر: سید عابدین نورالدینی
نشانی: خیابان انقلاب اسلامی، بین حافظ و خیابان ولیعصر(عج)، کوچه سعید، پلاک ۹
روابط عمومی: ۶۶۴۱۳۷۹۲ تلفن: ۶۶۴۱۳۷۸۳ نمابر: ۶۶۴۱۴۱۳۷
پیامرسان: vatanemrooz@ پست الکترونیک: info@vatanemrooz.ir
چاپ: موسسه جام‌جم برتر برنا توزیع: نشر گستر امروز: ۶۱۹۳۳۰۰۰
وطن امروز

چرا بلک فرایدی در ایران به یک ناهنجاری فرهنگی تبدیل شده است؟

از جمعه سیاه تا سیاه‌بازی جمعه!

حامد سرلکی: اگر خلاصه‌وار چند فریم از مسائل اجتماعی غرب را به عنوان دستاورد جهان مصرف‌گرا در نظر بگیریم، شاید در کنار تمام فلسفه‌های در هم پیچیده جهان مدرن، موضوع «بلک فرایدی/ Black Friday» یا «جمعه سیاه» که به آخرین جمعه ماه نوامبر اطلاق می‌شود، بیش از هر کنش‌ورزی اجتماعی غربی نمایان شود. بنا بر برخی اطلاعات رسمی نخستین‌بار اصطلاح «بلک فرایدی» در فیلادلفیای آمریکا (دهه ۵۰ میلادی) در میانه بازی فوتبال آمریکایی ۲ تیم داخلی در ایالات متحده وارد رسانه‌ها شد، لذا اساس استفاده از واژه «جمعه سیاه» نه بر اساس هویت اقتصادی آن، بلکه به خاطر یک بلوای اجتماعی حاصل از یک مسابقه فوتبال آمریکایی و فروش بلیت این بازی شکل گرفت. ابتدای دهه ۸۰ این اصطلاح وارد کسب و کارهای کوچک شد و در نهایت با ظهور اینترنت و فراگیر شدن آن در دهه ۹۰ میلادی به یک سُنت آمریکایی بدل شد. این فرآیند نامگذاری برای فروش تخفیف‌دار اینترنتی ابتدا به ساکن معطوف به پدیده «سایبر ماندی / Cyber Monday» بود که در نخستین دوشنبه بعد از بلک فرایدی شکل گرفت اما پس از قدرت گرفتن فروشگاه‌هایی مانند «آمازون»، پدیده سایبر ماندی، بلک فرایدی را نیز تصاحب کرد و امروز هویت اصلی جمعه سیاه دیگر به فروش اینترنتی محصولات تخفیف‌دار معطوف شده است.

در این میان نزدیک یک دهه است که این میهمان عاریه‌ای در ایران، با توجه به گسترش فزاینده فروشگاه‌های اینترنتی مانند هر پدیده دیگری ایرانیزه شده و این مفهوم برساخته در جهان آن سوی آب‌های آزاد، این بار در پهنه سرزمین ایران و در ابعادی بزرگ‌تر، در میان کشورهای شرقی و به طور خاص ملت‌های مسلمان با شکل و آذین‌بندی‌های رنگارنگی در حال مفهوم‌سازی‌های معطوف به مدل غربی خود است.

مبتکران این جمعه خاص در غرب پیش از آنکه به دنبال فروش مصرف‌گرایانه محصولات به مردم باشند، سعی داشتند از این طریق امکان دسترسی بیشتر و بهتر اقشار آسیب‌دیده به مایحتاج مرتبط با کریسمس را فراهم کنند؛ موضوعی که اصل و اساس این دعوت عمومی بود. در واقع هدف، بهره‌مندی «تمام گروه‌ها» از لذت‌های حاصل از داشتن یا مصرف کالای جدید و فصلی برای دسامبر و ژانویه بود. این موضوع به نوعی یک ایده سازنده در کاهش شکاف‌های به‌وجودآمده در جوامع لیبرال بوده که در یک چرخه مالی مثبت دوطرفه، تولیدکننده و مصرف‌کننده در یک وضعیت «پیروزی مشترک» قرار می‌گیرند. از تخفیفات مربوط به وسایل و ادوات درخت کاج زمستانی، تا بوقلمون جشن شکرگزاری و هدیه‌های خانوادگی که عموما پدران و مادران به فرزندان خود (البته به نام بابانوئل) اهدا می‌کنند.

به شکل کلی مباحثه میان ۲ موضوع «الگوبرداری صحیح» یا «ترویج فرهنگ غربی/ صرف گرایی» همواره در قبال موضوع «جمعه سیاه در ایران» مطرح بوده است. عده‌ای بر این باورند اساسا حضور بدون مطالعه و کپی‌برداری‌های ناشیانه از پدیده‌های فرهنگی – اجتماعی غربی در ایران، نتایجی مغایر با فرهنگ ملی و دینی داشته و جامعه را از باورهایی که اساسا قدمت کهن‌تری داشته منحرف می‌کند اما در آن سو گروهی معتقدند این نوع پدیده‌ها در صورتی که اگر تشابهاتی هر چند اندک با آموزه‌های ملی – دینی داشته باشند، توانایی برخی تغییرات و استفاده بهینه‌تر را دارند (فارغ از خاستگاه آن پدیده). در نقد هر ۲ باید اذعان کرد روش‌های پیش گرفته در ایران بیش از اینکه به دغدغه اجتماعی این دو گروه معطوف باشد، بر اساس خواست سرمایه‌گذار و ابرشرکت‌های اقتصادی فروش اینترنتی شکل گرفته است. به نوعی این شرکت‌ها تنها با ابزارسازی از پدیده «جمعه سیاه»، «کریسمس»، «ولنتاین» و... درصدد فروش اجناس گاه بُنجل – مناسبتی خود هستند. شاید در نگاه کلی چرخه اقتصادی ایجاد شده بتواند گره کوچکی از برخی مسائل معیشتی یا تولید ناخالص (در برخی موارد) باز کند اما اساسا سود ناشی از استفاده ابزاری از این پدیده سرریز حساب‌های بانکی فروشگاه‌های بزرگ یا میانی می‌شود. حتی در وهله دیگر برخی فروشگاه‌ها که نه محصولاتشان مناسبتی بوده و نه مرتبط با نیاز مردم، به بهانه «جمعه سیاه» دست به تخفیفات غیرواقعی می‌زنند. در همین باره مطالعات نگارنده نشان می‌دهد بخش عمده‌ای از تخفیفات لحاظ شده در فروشگاه‌های اینترنتی معتبر کاذب بوده و طراحان این تراژدی عمومی، با بالاتر نشان دادن قیمت اولیه محصول، تخفیف گاه تا ۷۰ درصدی خود را مکارانه به مخاطب القا می‌کنند. حال آنکه تخفیف لحاظ شده حتی به عدد ۵ درصد هم نمی‌رسد و این موضوع درست همان پاشنه آشیل ایرانیزه‌سازی بدون فکر، مصرف‌گرا و منفعت‌جوی داخلی نسبت به یک پدیده اجتماعی کارآمد برای جامعه غربی منتظر کریسمس است. این نوع رفتار علاوه بر اینکه بر قوه مصرف‌گرایی عمومی می‌افزاید، جامعه را به خریدهای اینترنتی بیش از اندازه وابسته کرده و در نهایت، خرده کسب و کارهای غیراینترنتی را به ورطه نابودی خواهد کشاند؛ موضوعی که به تبدیل شدن بازار خرید و فروش به یک بازار انحصاری و تحت اسارت غول‌های فروش اینترنتی خواهد انجامید. فارغ از موضوع یادشده، این بحث آثار سوئی نیز در موضوع «اعتماد عمومی به فروشگاه‌های اینترنتی» به بار می‌آورد. در همین باره تحقیقی داخلی اما قدیمی از میزان تخفیفات واقعی یکی از فروشگاه‌های معتبر اینترنتی (دک) که به وسیله رسانه ملی تهیه شده بود نشان می‌داد بخش عمده تخفیفات جمعه سیاه آن، در وضعیت کاذب و غیرواقعی بوده است. این موضوع نشان می‌دهد در آینده با تکرار این فرآیند غیرواقعی، اعتماد عمومی به خرید اینترنتی و تخفیفات آن (که یکی از اجزای دیجیتال مارکتینگ بوده) کاسته خواهد شد و این موضوع خود نوعی آسیب جدی خواهد بود. با تمام این تفاسیر باید در نظر گرفت ایجاد فضای کاهش طبقاتی در موضوع «قدرت خرید دهک‌های پایین جامعه» اگر چه یک آموزه اجتماعی پسندیده است اما باید آن را با نیاز جامعه ایرانی تطبیق داد. خرید اجناس بدون ارتباط با روند زندگی ایرانی آن هم در این موقع از سال که نشانه‌گذاری فرهنگی - اجتماعی مانند آغاز مدارس، ماه رمضان، عید نوروز، حتی تعطیلات تابستانی و... نیست، بیش از آنکه گره‌گشا باشد، تبدیل به یک حسرت سالانه میان گروه‌های آسیب‌پذیر خواهد شد. به نوعی فروشگاه‌های اینترنتی با تغییر تقویمی و اصلاح رفتار کاسبکارانه خود می‌توانند فرصت مراسمات مذهبی و ملی را به یک همنشینی اقتصادی - اجتماعی در جهت رفع برخی ناترازی‌های طبقاتی تغییر دهند. این فرصت بیش از هر زمانی در روزهای منتهی به جشن عید نوروز قابل لمس است تا جایی که ۲ پدیده کمرنگ شده این سال‌ها [جشن نیکوکاری- جشن عاطفه ها] حاصل از این طرز نگاه مترقی بوده است. از این رو فارغ از ادعای «تهاجم فرهنگی» باید عنوان کرد برگزاری «بلک فرایدی‌های تقلبی» توسط فروشگاه‌های اینترنتی داخلی بیشتر به یک «شبیخون اقتصادی» بدل شده و هویت اصلی رسوم نیکوکارانه، پیشرفت‌دهنده و ضد تبعیض را از بین خواهد برد.

در مجموع یکی از پیشنهادات مهم این است که فروشگاه‌های اینترنتی به جای تقلید صرف از الگوهای غربی، رویکردی مبتنی بر نیازهای واقعی جامعه ایرانی را اتخاذ کنند. این امر می‌تواند شامل ارائه تخفیف‌های واقعی و مرتبط با نیازهای روزمره مردم باشد، به طوری که این تخفیف‌ها در زمان‌های خاصی از سال، مانند جشن‌های ملی و مذهبی ارائه شوند. برای مثال، برگزاری تخفیف‌های ویژه در ایام نزدیک به نوروز یا ماه رمضان می‌تواند به تقویت روح همبستگی اجتماعی و نیکوکاری کمک کند و از این طریق، فرهنگ خرید را به سمت مثبت‌تری هدایت کند.

علاوه بر این، باید به اهمیت آموزش مصرف‌کنندگان نیز توجه شود. آگاهی‌بخشی درباره چگونگی انتخاب کالاها و تشخیص تخفیف‌های واقعی از کاذب می‌تواند به افزایش اعتماد عمومی به فروشگاه‌های اینترنتی کمک کند. این آموزش‌ها می‌تواند از طریق رسانه‌های اجتماعی و کمپین‌های تبلیغاتی مؤثر انجام شود.

در نهایت باید اذعان کرد «بلک فرایدی» در ایران، اگر بدرستی مدیریت شود، می‌تواند فرصتی برای تقویت اقتصاد محلی و ایجاد فضایی سالم برای خرید باشد اما در صورتی که به صورت ابزاری و ناپخته ادامه یابد، تنها به افزایش وابستگی به مصرف‌گرایی و تضعیف ارزش‌های فرهنگی منجر خواهد شد، بنابراین نیاز به یک رویکرد متوازن و هوشمندانه در مواجهه با این پدیده احساس می‌شود، به طوری که هم به نیازهای اقتصادی پاسخ داده شود و هم فرهنگ و هویت ملی حفظ شود.

با تغییراتی در دکور، فصل جدید روی آنتن می‌رود

آغاز «حسینیه معلی» از اول شعبان

تهیه‌کننده «حسینیه معلی» از پیش‌تولید و آماده‌سازی فصل جدید این برنامه تلویزیونی برای ایام ماه شعبان خبر داد.

سعید ستودگان به تسنیم گفت: این روزها در حال آماده‌سازی فصل جدید «حسینیه معلی» هستیم؛ تغییراتی در دکور اتفاق افتاده و ان‌شاءالله از اول ماه شعبان روی آنتن خواهیم رفت. ستودگان همچنین درباره مجری برنامه «حسینیه معلی» گفت: نجم‌الدین شریعتی، مجری ثابت و میزبان اصلی حسینیه خواهد بود و با برگزاری جلسات اتاق فکر به تغییرات و تحولات و هدف‌گذاری برای فصل‌های آینده دست می‌یابیم. وی البته به تغییرات در میز ذاکران که معمولا در فصل‌های مختلف اتفاق افتاده اشاره نکرد و احتمالا با شروع تولید می‌توان درباره جزئیات دیگر این فصل «حسینیه معلی» صحبت کرد؛ برنامه‌ای که به آیین‌های مناطق مختلف کشور می‌پردازد و به اقوام توجه دارد.

«حسینیه معلی» با گروه‌های جدید و مداحی‌های متفاوت، محرم به آنتن شبکه ۳ آمد و همچون گذشته نجم‌الدین شریعتی آن را اجرا کرد. با تغییراتی که در میز ذاکران و مداحان اتفاق افتاد، محمدرضا طاهری در سری جدید حضور یافت. سیدرضا نریمانی و نزار قطری هم که از فصل گذشته در «حسینیه معلی» ماندگار شدند و مهدی رسولی بعد از یک فصل غیبت دوباره به این برنامه برگشت. حجت‌الاسلام مصطفی کرمی هم بعد از یک تجربه حضور در «حسینیه معلی» بار دیگر در ایام محرم کنار دیگر مداحان میز ذاکران حضور یافت.

این برنامه همچنین تغییراتی در دکور داشت و کمی با فصل قبل متفاوت‌تر پیش رفت. در کنار این اتفاقات، برای نخستین‌بار با توجه به استقبال گسترده کشورهای خارجی از فصول گذشته حسینیه معلی امسال همزمان با پخش حسینیه معلی در دهه اول محرم از شبکه ۳ سیما و قرآن، ترجمه این برنامه به زبان‌های انگلیسی، عربی، اردو و ترکی نیز انجام و از شبکه‌های مختلف خارجی پخش شد.

نکته جالب این است که پخش «حسینیه معلی» در کشورهای لبنان، پاکستان، ترکیه و برخی دیگر همزمان با پخش در ایران اتفاق افتاد و به درخواست خود این کشورها، برنامه ترجمه و بنا بر اعلام سازندگان این برنامه، با استقبال خوبی هم مواجه شد.

یکی از نکات جالب دیگر رکوردزنی «حسینیه معلی» در ۲ سال اخیر بود بویژه فصل محرم که بیشتر مورد توجه قرار گرفت.

چماق آبی، هویج نارنجی

نگاه

ادامه از صفحه اول

۳- غرب آسیا هیچ شباهتی به غرب آسیای ابتدای دهه قبل ندارد. امروز در این منطقه کشتار به شکل وسیع و مدرن آن اتفاق می‌افتد. رژیم اسرائیل دست به یک نسل‌کشی تمام‌عیار زده؛ آن هم پیش چشم همگان. در این میان هیچ چیز از ساختار روابط بین‌الملل گرفته تا قدرت‌های غربی، مانع این رژیم نشده است. گویا سگ‌های پاسبان ارزش‌های غربی، نقض این ارزش را جز برای شهروند سفیدپوستِ کله‌بور اروپایی به رسمیت نمی‌شناسند. رژیم به شکل غیرقابل انکاری ثابت کرده است صلاحیت داشتن سلاح‌های کشتار جمعی را ندارد. در این وضعیت واضح است ایران با فشار سیاسی، گزینه‌های تضمین‌کننده امنیت خود را کنار نخواهد گذاشت. در وضعیتی که ایران در برابر رژیم مهاجم صهیونی در آستانه جنگ تمام‌عیار قرار دارد، فشار سیاسی برای حذف گزینه «گریز هسته‌ای» از روی میز گزینه‌های تهران، یعنی کمک به رژیم اسرائیل برای حمله بیشتر و بزرگ‌تر به ایران. این تلقی ایرانی از سیاست اروپایی باید به اطلاع طرف‌های اروپایی برسد.

۴- تجربه نشان داده ترامپ بیشتر اوقات مایل است خود را پلیس خوب نشان دهد تا پلیس بد. او به هویج‌نمایی تمایل بیشتر دارد تا چماق‌نمایی. با این حال نباید فراموش کرد اخلاق آمریکایی همواره و در نهایت سر از خشونت عیان و عریان درمی‌آورد.

با لحاظ همه این موارد گمانه معتبر این است که در طرف‌های غربی تغییر نقش اتفاق افتاده است. اروپایی که تا امروز نقش پلیس خوب را داشت، در حال تبدیل شدن به پلیس بد است. به نظر می‌رسد اروپایی‌ها بازیگری در نقش چماق را برگزیده‌اند. لباسی بر تن کرده‌اند که برای‌شان بسیار گشاد است. حال در این شرایط بزودی باید منتظر هویج نارنجی بود. به نظر می‌رسد در ماجرای پرونده هسته‌ای ایران، ترامپ علاقه‌مند شده نقش هویج و پلیس خوب را بازی کند، البته بعید است او بازی در این نقش را برای مدت طولانی ادامه دهد.

آنچه گفته شد یکی از گمانه‌های معتبری است که در پرونده هسته‌ای ایران درباره بازیگری اروپا و ترامپ می‌توان طرح کرد. نباید فراموش کرد همه اینها یک هدف دارد: تبدیل ایران به گوشت قربانی.

۵- نباید از نظر دور داشت درست زمانی که سکان کشتی سیاست خارجی ایران در دستان توانمندترین گروه سیاست خارجی اصلاحات ـ البته به زعم رسانه‌های اصلاح‌طلب ـ قرار گرفته است، قطعنامه شورای حکام صادر شد. افزون بر آن کشتیرانی و خطوط هوایی ایران نیز تحریم شده است. بسیار مشخص است اگر این موارد در دولتی جز دولت این جریان سیاسی به وقوع می‌پیوست، به سرعت تبدیل به یک ابزار رقابت سیاسی داخلی برای حذف رقیب می‌شد. این یعنی بخشی از نیروهای سیاسی ایران ـ مشخصا اصلاح‌طلبان ـ برای قدرت‌یابی سیاسی حاضرند ابزار فشار دشمن به کشور را تبدیل به ابزار پیروزی سیاسی خود کنند. این در بلندمدت منجر به ذی‌نفع شدن این جریان از فشار خارجی می‌شود، بدان معنا که این جریان از فشار خارجی در زمان دولت‌های رقیب و غیرهمسو، علیه منافع ملی و به نفع منافع حزبی استقبال می‌کند، به واقع از فشار معیشتی بر مردم، کاسبی قدرت می‌کند. جریان‌های سیاسی رقیب اصلاح‌طلبان، نباید به سیاق ایشان عمل کنند اما باید این عمل سیاسی اصلاح‌طلبان را در هنگامه‌های ناکارآمدی در پیش چشم افکار عمومی به محاکمه بکشند و به روی آنان بیاورند از چه شیوه‌ای برای قدرت‌یابی خود سود برده‌اند. راه‌اندازی موج‌های شرمساری علیه این جریان از نیازهای این وضعیت است. اگر افراد این جریان بابت عمل‌شان شرمسار نشوند و هزینه کارشان را ندهند، این وضعیت یعنی «استقبال از فشار دشمن برای پیروزی در انتخابات» تداوم می‌یابد.

اخبار

اختتامیه پنجمین کنگره «فخر ایران» سه‌شنبه برگزار می‌شود

اختتامیه پنجمین کنگره ملی شعر فخر ایران سه‌شنبه همین هفته در حوزه هنری انقلاب اسلامی برگزار می‌شود.

کنگره فخر ایران که هر سال با محوریت دستاوردها و ویژگی‌های شهید فخری‌زاده پذیرای آثار شاعران است، توسط وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح برگزار می‌شود. فراخوان پنجمین دوره از این کنگره حدود یک ماه پیش منتشر و محورهای آن «شهید فخری‌زاده؛ کابوس اسرائیل»، «روحیه ولایتمداری شهید»، «روحیه ایستادگی، مقاومت و استکبارستیزی شهید»، «تلاش‌های ماندگار علمی و عملی ایشان»، «طبع شاعرانه ایشان» و «سبک زندگی ایرانی - اسلامی» اعلام شد، همچنین علاقه‌مندان تا ۲۰ آبان فرصت داشتند حداکثر ۵ اثر خود را به دبیرخانه این کنگره بفرستند. اختتامیه این دوره از کنگره ملی شعر فخر ایران، ساعت ۸:۳۰ صبح سه‌شنبه ۶ آذر با حضور مقامات کشوری و لشکری در تالار سوره حوزه هنری انقلاب اسلامی واقع در خیابان سمیه، تقاطع خیابان حافظ برگزار می‌شود.

فایل «پی‌دی‌اف» کتاب «بسیجی شهید» رایگان شد

فایل پی‌دی‌اف کتاب «بسیجی شهید» به صورت رایگان در دسترس قرار گرفت اما نسخه کامل و کاغذی آن همچنان پولی است. مرکز اسناد و تحقیقات دفاع‌مقدس، به مناسبت هفته بسیج و به منظور آشنایی بیشتر با این سازمان مردمی و نقش موثر آن در دوران دفاع‌مقدس، فایل PDF کتاب «بسیجی شهید؛ به مثابه انسان آرمانی ایرانی» را به صورت رایگان منتشر کرد. قیمت نسخه مکتوب این کتاب ۸۰ هزار تومان است.

ورودی‌های باغ کتاب تهران با نام مشاهیر نامگذاری می‌شود

مجموعه باغ کتاب تهران به منظور گرامیداشت یاد مشاهیر حوزه فرهنگ، علم و ادب، ورودی‌های این مجموعه را به نام بزرگان ایرانی نامگذاری می‌کند.

مجموعه باغ کتاب تهران دارای ۱۹ ورودی است که قرار است هر کدام از این ورودی‌ها به نام یکی از بزرگان نامگذاری شود. مولانا، فارابی، سنایی، ملاصدرا، سعدی، حافظ، بوعلی سینا، جابر بن حیان، عطار نیشابوری، رودکی، رازی، جامی، نظامی، خوارزمی، خیام، غزالی، شیخ بهایی، فردوسی و ابوریحان بیرونی، از جمله بزرگان فلسفه، شعر، اندیشه و علم هستند که اسامی آنها روی ورودی‌های مجموعه باغ کتاب تهران قرار خواهد گرفت.

باغ کتاب تهران بزرگ‌ترین مجموعه کتاب و سرگرمی علمی کشور است که در اراضی عباس‌آباد واقع شده است.

روایتی از حدیث غربت فاطمی در نگارخانه فرهنگسرای گلستان

نمایشگاه حدیث غربت «فاطمیه در گذر زمان» به مناسبت ایام فاطمیه در نگارخانه فرهنگسرای گلستان برگزار می‌شود. نمایشگاه حدیث غربت «فاطمیه در گذر زمان» جدیدترین ویژه‌برنامه نگارخانه فرهنگسرای گلستان است که به نمایش آثار هنری در رشته‌های نقاشی، نقاشیخط و کالیگرافی می‌پردازد. این نمایشگاه به مناسبت ایام فاطمیه و شهادت حضرت فاطمه زهرا سلام‌الله‌علیها برگزار می‌شود و طی آن تعدادی از تابلوهای فرهنگسرای گلستان که به مناسبت سالروز شهادت ریحانه پیامبر اکرم(ص)، حضرت فاطمه سلام‌الله‌علیها توسط ۵۰ نفر از بانوان خلق شده است، به نمایش گذاشته می‌شود.

آثار کالیگرافی منتخبی از احادیث و روایات از ائمه معصومین(ع)، برگزاری مراسم‌ها و موقوفات است که در این نمایشگاه در معرض دید عموم قرار می‌گیرد. نمایشگاه حدیث غربت «فاطمیه در گذر زمان» از یکشنبه ۴ آذر در نگارخانه گلستان افتتاح می‌شود و تا ۱۸ آذر دایر است. علاقه‌مندان برای بازدید از این نمایشگاه همه‌روزه از ساعت ۱۰ تا ۱۹ می‌توانند به فرهنگسرای گلستان واقع در نارمک، میدان هلال احمر، خیابان گلستان مراجعه کنند.