

گاهی در خلال اتفاقات روزانه، آنچه انتظار نداری روی می‌دهد. اینکه بنیاد شهید و امور ایثارگران که مسئولیت ذاتی و فلسفه وجودی اش، حمایت از ایثارگران به ویژه ایثارگران فعال رسانه‌ای است که نقش دیده‌بانی را ایفا می‌کنند و زخم‌ها را متذکر می‌شوند، در قامتی و وضعیتی بیینی که علیه ایثارگر و ایثارگران ایستاده‌است، باور نکردنی می‌نماید. گفت‌وگوی ما با پهرز ساقی، جانباز ویلچر نشین، فعال رسانه‌ای، صاحب امتیاز و مدیر پایگاه خبری فاش نیوز، تریبون خبری – تحلیلی ایثارگران به جزئیات تقابل مدیریت فعلی بنیاد شهید با فعالیت رسانه‌ای این خبرگزاری و ایثارگران شغافل در آن می‌پردازد.

■ ■ ■

با خبر شدید می‌محلر رسانه ایثارگران «فاش نیوز» که با تأیید نمایندگان قبلی ولی‌فقیه در بنیاد شهید و امور ایثارگران و در دولت‌های مختلف در اختیار شما قرار گرفته بود تن تریبونی برای طرح دغدغه‌های ایثارگران باشد، اخیراً به خاطر نقد یا نقدهایی که از برخی رفتارها یا عملکرد بنیاد شهید داشتید با خشونت و رفتار تند مدیریت بنیاد در معرض دست‌اندازی قرار گرفته و تلاش شده این مکان را از شما باز پس بگیرند. آیا نقدی که شما به بنیاد شهید در این دولت داشتید، تا زگی دارد یا نه، از قبل هم چنین رویکردی بر سوم بوده‌است؟

اساساً بحث ما نقد دولت یا زیرمجموعه‌های آن نیست، ما در حوزه ایثارگری کار می‌کنیم و از حامیان دولت رئیس فعلی بنیاد بوده و هستیم و اتفاقاً به خاطر حمایت از ترکیب فعلی تا دلتان بخواهد فحش خورده و هزینه داده‌ایم، اما به مرور زمان و رفته‌رفته بر ما معلوم شده این افراد به شعارهایی که داده‌بودند و برنامه‌هایی که اعلام کرده‌بودند عمل نکرده‌اند و وعده‌ها در حد حرف باقی مانده‌است. از طرفی ما بر اساس رسالت رسانه‌ای مان، نقدهای ایثارگران و نظرات آنها را منتشر می‌کنیم.

**چسرت؟ شما برای انتشار این نقدها مستند باشد و متضمن اهانت نباشد، اما ظاهر این قضیه به مذاق آقایان سازگار نبوده‌است.**

**نشانه این ناسازگاری که می‌گویید، چیست؟**

شکایت‌های بی‌دربی و اقدام هتاکانه و خشونت‌آمیز در جهت تملک دفتر خبرگزاری از سوی مدیریت بنیاد شهید.

**ماجرای دفتر خبرگزاری فاش نیوز چیست؟**

۱۴ سال پیش نماینده وقت ولی‌فقیه در بنیاد شهید و ایثارگران، مکان فعلی خبرگزاری را برای کار فرهنگی در جهت طرح مطالبات ایثارگران به ما واگذار کردند، همه مدارک در این باره موجود است، با این حال چون رویکرد رسانه‌ای خبرگزاری به مذاق آقایان خوش نیامده مدیریت فعلی بنیاد شهید ادعا می‌کند که به اصل این مکان نیاز دارد، بنابراین با ما لسج افتاده و اصلاً هم اهل تعامل نیستند و می‌خواهند به هر شکلی که شده صدای این رسانه را که روزگاری حامی آنها بوده و اکنون نیز خود را حامی آنها می‌داند و از سر دلسوزی نقدهایی را برای اصلاح رویه موجود در بنیاد شهید طرح می‌کند، خاموش کنند. این افراد اکنون هر انتقادی را علیه خودشان حساب می‌کنند، زبان و رسالت رسانه را متوجه نیستند و گمان می‌کنند اگر از این افراد حمایت می‌کنیم، این حمایت باید چشم و گوش بسته و مجیز‌گویانه باشد، گمان خسروانی درباره خود دارند که هر چه آن‌ها بخواهند، بشیرین بود.

**آقای رئیس جمهور بارها اعلام کرده‌اند که دولت ایشان تاکنون از هیچ رسانه‌ای شکایت نکرده، ضمن اینکه در رفتارهای دولت هم می‌بینیم که منتقدان تندرو و افراطی جناح اصلاح‌طلب و حتی برخی منتقدان تندرو در طیف اصولگراها شکایت می‌شوند، طوری که برخی شخصیت‌های رسانه‌ای مخالف و منتقد دولت مثل آقای زیدآبادی اخیراً گفته‌اند در ۲۰سال فعالیت رسانه‌ای که انجام داده‌اند، هیچ‌وقت دست‌ش‌ان تا این حد بیاز نبوده که سیاست‌های کلی نظام، سیاست‌های مذهبی، دینی و تفکی دولت و حکومت و حتی رهبری را نقد کنند و تا این حد از آزادی عمل بر خور دار باشند، طوری که دولت شکایت نکند و قوه قضائیه کاری**

سرک

هر ساله حدود ۴ هزار نفر در ایران بر اثر مصرف مواد مخدر جان خود را از دست می‌دهند. ابوالحسن صفرپور، دبیر مزیقله بااعتیاد شورای عالی انقلاب فرهنگی با بیان اینکه میانگین سن اعتیاد در ایران ۲۴ سال است، گفت: کشور ما بیش از ۴ میلیون و ۴۰۰ هزار نفر مصرف‌کننده مستمر و غیرمستمر با مصرف مستقیم و غیرمستقیم موادمخدر دارد و این میزان معادل ۱۵ میلیون نفر است که معادل با یک ششم جمعیت کشور خواهد بود. به تعبیری باید بگوییم که یک ششم از جمعیت کشور با مسئله مصرف موادمخدر روبه‌رو هستند.

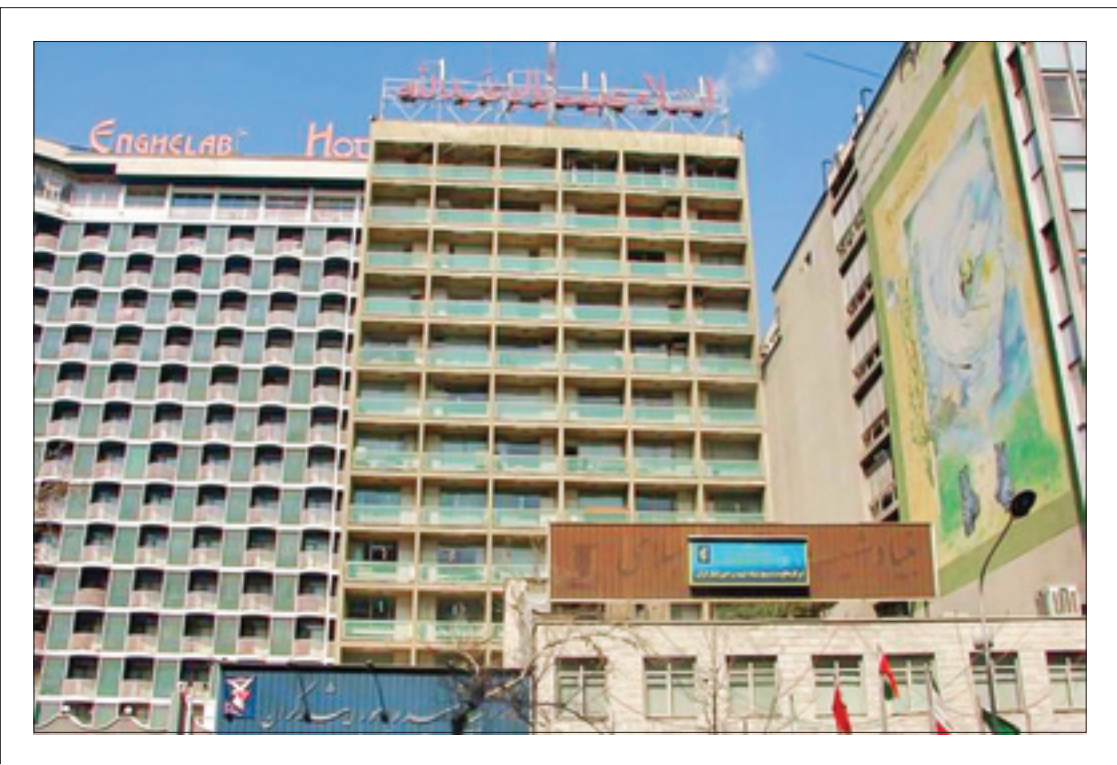
وی به آمار معنادار متجاهر کشور اشاره و عنوان کرد: در حال حاضر ۷۰ هزار معتاد متجاهر در کشور وجود دارد و نرخ شیوع اعتیاد در کشور در

## جامعه

سرویس اجتماعی | ۶۰۸۵۲۲

**مدیر مسئول و سردبیر «فاش نیوز» در گفت‌وگو با «جوان» درباره جزئیات حمله به دفتر این پایگاه خبری می‌گوید**

# کشتن تریبون ایثارگران به کدامین گناه؟!



**نداشته‌باشد، ولی اتفاقی که اکنون شما از آن صحبت می‌کنید، عجیب و غیر قابل هضم است. چطور می‌شود پذیرفت خودش آن هم توسط جانبازان جنگ این‌طور بر آشفته شود؟ می‌دانیم که شما جانباز ویلچر نشین هستید، پیشکسوت عرصه ایثارگری که سال‌هاست در جبهه رسانه‌ای انقلاب اسلامی فعالیت می‌کنند. چطور می‌شود با شخصی کردن مسئله این‌گونه با شما برخورد شود؟**

البته من این قضیه را به دولت تعمیم نمی‌دهم. نظر ما هم همین است که در چنین دولتی که گارد باز و گشوده‌ای در برابر منتقدان دارد، یک زیرمجموعه با بقیه بخش‌های دولت و رئیس‌جمهور هماهنگ نباشد. عجیب است که دولت در حوزه عمومی، تحمل و متانت بالایی از خود نشان می‌دهد و انتقادها را می‌شنود یا این حال در بنیاد شهید و امور ایثارگران که یکی از رسالت‌هایش رسیدگی به امور ایثارگران است نقد و کار رسانه‌ای را از خود ایثارگران هم بر نمی‌تابد و عجیب‌تر اینکه برخورد هم می‌کند.

همان‌طور که اشاره کردید، دولت روالش این است و آقای رئیسی رسماً گفته‌اند که ما شکایت نکرده‌ایم و اگر هم شکایتی شده باید پس گرفته شود، ولی عجیب است که مدیریت فعلی بنیاد شهید می‌خواهد ما را با شکایت‌های سریالی متکوب کند و صدایمان را ببرد.

**محتوای این شکایت‌ها چه بوده‌است؟**
به عنوان مثال ما انتقادی در ساره روهی‌ای که در یکی از شعب بانک دی اتفاق افتاده‌بود با عنوان سوت‌زنی درباره فساد طرح کردیم. آن مطلب، هشدار و اندازی بود که فساد روی داده در یکی از شعب بانک دی را گزارش کرده بود. در آن گزارش گفتیم چطور می‌شود در جایی که ایثارگران را برای گرفتن ۱۰ میلیون تومان وام طوری اذیت می‌کنند که آن ایثارگر از خیر آن وام ۱۰ میلیونی می‌گذرد، در یکی از شعب بانک دی، ۵۰میلیارد تومان به یک نفر – که نه زمینه کاری و نه اعتبارش اجازه می‌دهد –وام می‌دهند. مادر آن مطلب به این موضوع پرداخته‌بودیم. این افراد آمدند از ما شکایت کردند، اما بعد که فهمیدند اشتباه کردند و هر چه این قضیه هم بخورد به ضرر خودشان است، اعلام

## محتوای این شکایت‌ها چه بوده‌است؟

ما ظاهراً ایثارگر هم باشیم، اینجا هستیم که کار رسانه‌ای و فرهنگی کنیم و گوشه‌ای از زخم‌ها را نشان دهیم که زخم، کهنه و کاری نشود. اینکه مدیریت بنیاد شهید و تیم آقای قاضی‌زاده هاشمی سلیقه خبری و رسانه‌ای ما را نمی‌پسندند و نقدهای ما را برننابند، ایرادی ندارد، ولی آیا اموال بنیاد، ملک طلق پدری‌شان است که بخواهند این‌طور با ما برخورد کنند. انتظار ما این است که دولت و مسئولان بالاتر رسیدگی کنند



## سالانه ۴ هزار نفر به دلیل اعتیاد فوت می‌کنند

جمعیت فعال ۵درصد، در میان دانش‌آموزان ۲درصد و در جمعیت کارگری نیز ۲۲ درصد است. دبیر مزیقله با مقابله با اعتیاد شورای عالی انقلاب فرهنگی به آمار شیوع مصرف موادمخدر خطرناک توصیف کرد و گفت: شیوع مصرف مواد در بین جوانان در دهه ۸۰، یک‌درصد و در دهه ۹۰ به ۴/۷درصد رسیده‌است که در این بخش شاهد رشد ۳۷/۷درصدی هستیم.

وی مصرف موادمخدر را یکی از علل مرگ و میر در جامعه دانست و گفت: هر ساله حدود ۴ هزار نفر بر اثر مصرف موادمخدر جان خود را از دست می‌دهند. در سال ۱۳۹۹، ۴ هزار و ۶۲۷ نفر بر اثر اعتیاد در کشور جان باختند که در ۱۰ سال قبل، بیشترین رقم مرگ ناشی از سوء مصرف مواد بوده‌است.



**چرا بنیاد شهید و ایثارگران باید علیه ایثارگران باشد؟**

یک بخش این قضیه برمی‌گردد به اینکه انگیزه این افراد از حضور در بنیاد شهید و ایثارگران به استناد سلسله رفتاری که این مدت از آنها دیده‌ایم و می‌بینیم رسیدگی به زندگی و مشکلات ایثارگران در کار انقلابی در این حوزه نبوده‌است. اگر این بود بالاخره با کار انقلابی و جهادی خودش را نشان می‌داد و نشانه‌های روشنی دارد که از آن جمله جلب رضایت جامعه هدف یعنی ایثارگران است، منتها چنین مشنی و رویه‌ای در دوره جدید در بنیاد حاکم نبوده‌است.

**از روز حادثه بگویید. چه برخوردی با شما صورت گرفت؟**

در اتفاقی که اخیراً برای ما پیش آمد یک سری از عوامل بنیاد به طرز غیرمنطقی‌های هجوم آوردند و کسانی که از طرف مدیریت بنیاد مأمور شده‌بودند با ما با نهایت کینه‌پورزی رفتار کردند. طوری که انگار مسئولان بالاتر‌شان این کینه را به این افراد منتقل کرده‌بودند که بروید به هر قیمتی که شده این افراد را که ما ایثارگران باشیم، بریزید بیرون. برخوردی که جلوی چشم مردم با ما کردند لایق نباهنده‌ها هم نیست. ما برای افرادی که حتی اغتشاشگر هستند و افکارشان ضد انقلاب است، حقوقی متصوریم و حتی با آنها هم این‌طور برخورد نمی‌کنیم، اما مأموران بنیاد آن روز با ما این‌طور برخورد کردند، در صورتی که ظاهر این افراد خودشان را خادم ایثارگران معرفی می‌کنند.

**واکنش شما چه بود؟ آیا مسئولان دولت در جریان ماقع هستند؟**

ما این رویدادها را به دولت هم منتقل کرده‌ایم و حتی آقای موسوی مقدم، نماینده ولی‌فقیه در بنیاد در جریان این‌ها هم با ما صحبت کرده‌اند. ایشان سابقه جبهه دارد و ما او را هم‌رزم خودمان می‌دانیم و دل ما می‌سوزد، اما ظاهر ما لطمه زبند و هم به دیگران. ایشان سابقه جبهه دارد و ما مرغ ایشان یک پا دارد و حرف کسی را گوش نمی‌کند. درست همان روزی که آن‌طور هتاکانه به دفتر ما هجوم آوردند آن‌برخود اداهات‌آمیز و فریب‌وشت صورت گرفت و روی هم‌کار خانم مادتس بلند کردند، ما روز قبل موضوع را هم با دوستان ریاست جمهوری در میان گذاشتیم که قدری صحبت کنید، ایشان ما را امرعات کنند و هم با ما نمایندگی و باقیه اما افتاد این دوستان ذهنیت ایجاد کردن و جوسازی را خوب آموخته‌اند و در نهایت ما را تخریب می‌کنند و حرف‌هایی می‌زنند که مقامات دولت و سایرین قانع شوند و پیگیر نباشند. در چنین فضایی انتظار ما این است که آنها در این زمینه هم‌کار خودشان را یاری کنند و صدای ما را به مقامات بالا برسانند.

**وسخن‌یابانی؟**

فلسفه وجود بنیاد شهید و ایثارگران چیست؟ اگر ما به همین موضوع توجه کنیم، قاعده‌اندازن می‌کنیم اموال بنیاد متعلق به ایثارگران است. نمی‌گوییم ما، می‌گوییم ایثارگران. من حتی خودم را ایثارگر نمی‌دانم، اما به هر حال ما ایثارگرهای هم که باشیم…

**فرتنی شماسات.**

ما ظاهر ایثارگر هم باشیم، اینجا هستیم که کار رسانه‌ای و فرهنگی کنیم و گوشه‌ای از زخم‌ها را نشان دهیم که زخم، کهنه و کاری نشود. اینکه مدیریت بنیاد شهید و تیم آقای قاضی‌زاده هاشمی سلیقه خبری و رسانه‌ای ما را نمی‌پسندند و نقدهای ما را برننابند، ایرادی ندارد، ولی آیا اموال بنیاد، ملک طلق پدری‌شان است که بخواهند این‌طور با ما برخورد کنند. انتظار ما این است که دولت و مسئولان بالاتر رسیدگی کنند.

**قضیه تجمع حمایتی جانبازان ویلچری جلوی دفتر «فاش نیوز» چه بود؟**

چند روز پیش تعدادی از جانبازان ویلچری با اینکه وضعیت دشواری دارند، این قضیه را متوجه شده و با ناراحتی آدم‌بودند از ما دلجوئی کنند. حرف و موضع آنها این بود که با این رویه و افراد باید برخورد شود. مگر جز این است که این افراد برای رفاه و راحتی و انعکاس در‌های ما مسئولیت گرفته‌اند. پس چرا رویه‌شان عملاً در جهت کارهای عام‌المنفعه کرده‌اند. مگر این ایثارگران با این وضعیت جسمی و سن و سالی که دارند چقدر توان دارند که بخواهند این موانع و سنگ‌اندازی‌ها را در کنند و تازه این همه در حالی است که وظیفه ذاتی مدیران بنیاد است که از هر تلاشی برای حضور ایثارگران در جامعه، فعالیت‌های اجتماعی و جلوگیری از انزوا،ی این افراد فروگذار نکنند، اما به جای اینکه به این ضرورت توجه کنند می‌خواهند به هر قیمتی که شده ایثارگران فعال در عرصه‌های جهادی، اجتماعی و عام‌المنفعه را سرکوب کنند.

**آی‌شالله مسئله مرتفع می‌شود، من حیث لایحتمسب.**

به امید حق.

## مسئولیت اجتماعی

حسین سروفاقت

۹۸۴

بیمارت روی تخت بیمارستان خوابیده‌است. مردم برای عیادت می‌آیند و تو با التماس دعایی بدرقه‌شان می‌کنی. در دنیای علم و دانش از دعا چه کاری ساخته‌است؟

آیت‌الله جوادی آملی لااقل پنج اثر برای دعا قائل است:

نخست آنکه بیمار را به سمت پزشکی می‌برد که از تخصص کافی برخوردار است. دوم آنکه طیبیب را یاری می‌کند که با خطا و اشتباه مریض را به ورطه نابودی نکشاند!

سوم آنکه پزشک را به تجویز داروویی هدایت می‌کند که در معالجه بیمار اثر گذار است. چهارم آنکه دارو خانه‌ای سر راه مریض قرار می‌دهد که داروی تاریخ مصرف گذشته به او ندهد.

پنجم آنکه پرستار را از ارتکاب اشتباهی که هز بنه‌اش یک کلمه «بی‌شاید» است، ممنون می‌دارد.

دوستان از دعا انتظار معجزه داشته‌باشید… دعا تبری را که گاه در تاریکی ره‌اشا شده، وسط هدف می‌نشانند!

اید

دکتر فاطمه خالقی / روانشناس و مشاور خانواده

### ارزش‌های زنانه در نشریات زد

### برعکس می‌شود

در جوامع اسلامی، دین و تبلیغ دینی یکی از مهم‌ترین منابع تولید فرهنگ است. از جمله ویژگی‌های سنتی تبلیغ دینی حضور مستقیم و چهره به چهره مبلغان دینی بود. این نوع تبلیغ دینی البته دو خصیصه اساسی داشت: نخست، پیوند تبلیغ دینی با عنصر «مکان» – «مسجد» که به اقتضای فضای هنمسی و جایگاه فرهنگی-قدمی، چنان‌جا مکمل پیام شفاهی در تبلیغ دینی عمل می‌کرد و دوم، پیوند تبلیغ دینی با شخصیت، اخلاق، رفتار و به‌طور کلی وضعیت روحی و جسمی فرد. در فرهنگ در جهان اسلام ایجاد پیام و شخصیت اخلاقی و رفتار فردی- اجتماعی مبلغ است.

رسانه‌های جدید با یک ساختار هماهنگ و مکمل در جهت یک هدف واحد طراحی‌شده و با مخاطب تبادل می‌کنند. متولیان و صاحبان رسانه‌های جدید، سال‌هاست هوشمندانه به این نتیجه رسیده‌اند که برای داشتن اقتصاد، سیاست، اجتماع و حتی فرهنگ مطلوب‌شان تنها یک راه پیش رو دارند و آن اینکه «شبهه ادب‌نشین» مردم را آتچانت که خود می‌خواهند از رهگذر مخاطبان در «رؤیستین» انان تغییر دهند.

در جامعه ما امروزه سهم وسیعی از این روند تغییر سبک زندگی را نشریات زرد به خود اختصاص داده‌اند. این مجلات مؤلفه‌های سبک زندگی غربی و مدرن را به عنوان محتوای خبری، گزارشی یا روح حاکم بر مجله انتخاب کرده‌اند. این مجله‌ها در سطوح، عکس‌ها و تصاویر مجلات نمود می‌یابد. این مجلات در راستای جذب دامنه گسترده‌ای از مخاطبان، با استفاده از هنر تلقیق زیبایی‌های بصری و محتویات ملمه‌سپند مخاطبان در تگری می‌سازند و به صورتی آرام، خنند و ناپیدا مطلوب خود را به عنوان ایده جایگزین مخاطب معرفی می‌کنند. نوع دکوراسیون مناز، شیوه و نوع پوشش، مدل‌ها، مارک‌های لوازم با حتی نوع غذاها و خوراکی‌ها و نوشیدنی‌های مورد استفاده در این نشریات کاملاً مدرن و فریبوری هستند.

اگر کنار دکورهای زنده‌نامه‌روشنی بایستیم متوجه خواهیم شد که بخش عمده مخاطبان این نشریات را بانوان تشکیل می‌دهند. حال جز این موضوع برای ما حائز اهمیت است؟ زیرا اینکه زنان در یک جامعه‌ای چه ویژگی‌ها و خصوصیات ظاهری و ارزشی دارند، چگونه لباس و پوشش بر تن می‌کنند، چگونه نشانی در خانه و جامعه ایفا می‌کنند، الگوی مصرفی آنان چگونه است؟ چگونه با دیگران تعامل برقرار می‌کنند، چه نوع مدل فرافرتی دارند، چه مطالبات و آرمان‌های فردی و اجتماعی‌ای دارند و… تا حدود بسیار زیادی تعیین‌کننده سبک زندگی و فرهنگ نیم‌دیگر جامعه یعنی مردان نیز است، بنابراین تغییر در فرهنگ و سبک زندگی زنان یک جامعه مسوول اصلی و نزدیک برای تغییر در سبک زندگی و فرهنگ یک جامعه‌است.

یکی از ویژگی‌های اغلب نشریات زرد معرفی الگوهای شاخص و موفق برای مخاطبان و روایت بخش‌های جذاب زندگی آنان است که اغلب نیز برای این منظور از چهره‌های شاخص و محبوب مردم مانند هنرپیشه‌ها و روزنشکاران بهره می‌گیرند. مارک‌های مورد استفاده، نوع اتومبیل، موسیقی مورد علاقه، غذای مطلوب، نحوه آشنایی با همسر و مسائلی از این قبیل برای گفت‌وگو با چهره مورد نظر انتخاب می‌گردند. این موضوعات اگر چه شاید از منظر گردانندگان این نشریات یک نوع ایجاد سرگرمی برای مخاطبان است، اما از آنجا که سبک زندگی این افراد و چهره‌ها رنگ و بویی کاملاً مدرن و تجملی دارد و نیز به دلیل محبوبیت آنها نزد مخاطبان، اتفاقی که در عمل رخ می‌دهد تبلیغ و ترویج سبک زندگی تجملی و غربی این افراد در میان ذهن جامعه و به ویژه زنان است.

اتفاق دیگری که در نشریات زرد رخ می‌دهد، ترویج مصرف‌گرایی و خرید بی‌رویه کالاها، لوکس‌است که از هرگزگر تبلیغات فراوان و پربرتر آگهی‌های بی‌رویه موجود در این نشریات حاصل می‌گردد. مخاطب وقتی صفحات این نوع نشریات را ورق می‌زند، کمترین پیش‌بینی مطالبی را که مشاهده می‌کند، تبلیغات کالاها، لوکس و تجملی ریز و درشت با رنگ و لمبایی بسیار جذاب است که آنها را به سمت خرید و استفاده از آنها سوق می‌دهند؛ این اتفاق در زنان که به دلیل ویژگی‌های روانی آنان عمیق‌تر و گسترده‌تر صورت می‌گیرد. مطالب پرکرگرنند دیگری که صفحات این نوع نشریات را پر کرده‌اند، مطالب پزشکی و مشاوره‌هایی در زمینه زیبایی و تناسب‌اندام، انواع و اقسام عمل‌های جراحی زیبایی و رژیم‌های تغذیه است که باعث ایجاد تغییر و تحول در تصویر از بدن در مخاطبان شده‌است. اغلب مخاطبان این بخش‌ها نیز بانوان جوان هستند.

بخش مهم دیگری که در صفحات این نوع از نشریات به چشم می‌خورد، مشاوره‌های خانوادگی به مخاطبان با رویکرد فریبدنی است. این نشریات در قالب‌های مختلف نظیر پرسش و پاسخ، داستان و نظرات کارشناسان، به ترویج رویکرد حقوق محور و فردگرا در مناسبات خانوادگی پرداخته و در مشاوره‌های خود به مخاطبان به جای تأکید بر اخلاق‌گرایی در خانواده بر حقوق افراد در خانواده و تلاش برای استیفای آن از طرف مقابل تأکید دارند. همچنین در لابه‌لای این مشاوره‌ها به ویژه مشورت‌هایی فمینیستی را نیز مشاهده کرد.

نشریات زرد برای افزایش مخاطبان خود نیز جلب نگاه آنها به صفحات تبلیغی و آگهی‌ها، از تصاویر زنان استفاده ابزاری کرده و چهره‌های آرایش کرده و اندام آنها را تبلیات تبلیغات کالاها، خود قرار می‌دهند. بخش دیگری که در اغلب این نوع از نشریات ثابت است، داستان‌هایی به ظاهر واقعی از زندگی خانوادگی زوجین جوان و سایر مخاطبان نشریه است که اکثراً حول محور یک بحران و معضل شکل گرفته و اتفاقات پیرامون آن معضل در زندگی را روایت می‌کنند. این بخش نشریات که مخاطبان بسیاری نیز دارند معمولاً به داستان‌هایی تم‌انگیز از زندگی واقعی افراد پرداخته و اتفاقات و خاطرات شاد و تجربه‌های موفق زندگی افراد کمتر در این بخش‌ها بازنمای می‌گردند. معمولاً این بخش‌ها از افسر درین قسمت‌ها به شمار می‌روند، اما همچنان مخاطبان پرباقرص خود را دارند. تحلیل محتوای این صفحات به ما خواهد گفت که نتیجه حاصل از آنها صرفاً تبلیغ بحران بدون ارائه راه‌حل‌های منطقی و عقلانی است.