

ندیدی که خلقی به پندند



مسعود شاه‌حسینی

خبرنگار گروه فرهنگ

نمی دانم در صداوسیما واقعاً چه می گذرد. شاید هیچ کس ندانند. تابه حال به یاد ندارم این قدر پرخاش و اشتباه ظاهر شود. نه اینکه بگویم باری به هر جهت است، که نیست، گویی اصلاً کسی عنائش را در دست ندارد که بگوید راه کدام است و بیراه کدام. کسی که بگوید در وقت، نفت و سنجیده عمل کرد و خلقی را بیارزد. هنوز ویدئوی شرم آور توهین به اهل سنت در برنامه سیمای خانواده در شبکه های اجتماعی دست به دست می شود و صغیر و کبیر درباره اش صحبت می کنند که دوباره دوستان شبکه نسیم دست گلی تازه به آب داده اند. در شبی که ملت در شوک انفجار مهیب اسکله شهید رجایی در بندرعباس اند، یاهزار هول و ترس خبرها را دنبال می کنند و از ته دل شان و با هر اعتقادی دعا می کنند که تعداد فوتی ها بیشتر نشود، برنامه ای شاد پخش می کند که مجری اش (کامران تفتی) از عوامل پخش می خواهد «موسیقی را بدهند تا کیف کنند». حاضران در برنامه هم دست می زنند و همراهی می کنند. هرطور فکر می کنم، در کتب نمی رود که چطور مدیران صداوسیما چنین کرده اند. رسانه، آینده ای صادق است برای انعکاس حال و احوال و منافع و خواسته های مخاطب. در بزنگاه های مصیبت و بحران، مخاطب نیاز به خبررسانی دقیق، همدلی و همراهی دارد، نه دست زدن و شادی کردن. انفجار بندرعباس، به خودی خود فاجعه ای هولناک است که تا همین حالا صداها زخمی و چنده کشته داشته و تضمینی هم نیست که قربانیانش بیشتر نشود. چه دلیلی دارد صداوسیما ساعت ۱۰ شب به سبک روزهای عادی کنداکتورش را بچیند و برنامه هایی پخش کند که هیچ کس در آن لحظات خواهانش نبود. شکاف میان مخاطب و رسانه همین است. مردم در وحشت دهشت یک انفجار بزرگ و میهم، سوگواری اند، اما بزرگ ترین و انحصاری ترین رسانه کشور شوی شاد پخش می کند. در الفبا رسانه داری هم چنین چیزهایی را دیگر تدریس نمی کنند. باری، همدلی و قدرت و توان درک و همراهی با احساسات، بنیان ارتباط رسانه است. رسانه ای که در لحظات سوگ ملی، به جای مرهم پودن، نمک بر زخم می پاشد، رسانه ای هیچ برای هیچ است. آخر کدام رسانه حرفه ای چنین می کند؟ موج همدردی ملی و حتی بین المللی با مردم سوگواری ما پاره افتاده، اما مدیران صداوسیما در عالم دیگری سیر می کنند. ایرانیان خودشان به عزای عمومی رفته اند اما مدیران، گردانندگان و برنامه سازان صداوسیما تشخیص شان این است که موسیقی شاد پخش کنند. آخر کدام مخاطب چنین چیزی خواسته؟ مگر شما نباید در خدمت ترجیحات مخاطب باشید؟ چرا این قدر دور از غم مردم اید؟ این میزان از بی توجهی به مخاطب، نوبر هیچ بهاری نیست. بی مهری است و بی احترامی. شاید که فراموش شود، رسانه ای که با پول همین ملت اداره می شود و سال هاست مرجعیت اش را از دست داده. قبول، اما آیا این انتظار زیادی است که در وقت هجوم بلا و سوگ ملی، مخاطب را بر صدر بنشاند و همدل و همراهش باشد؟ شادی به وقت رنج دیگران، ناپسند است و غم را سنگین تر می کند و نابخشودنی تر. پخش برنامه ای شاد در شب فاجعه ملی که گویی تیغ بر جگره کشیده اند، مصداق همین شادی نابجاست. می دانم که مدیران صداوسیما نمی دانند در بندرعباس هر خانواده ای یک نفرش در اسکله کار می کرد. می دانم که نمی دانند چقدر انتظار کشیدن برای خبردار شدن از عزیزان با قوم و خویشان چقدر دشوار است. شاید نفهمید گنج همدلی، در این غم خواری است؛ نه حضور شادمانه و طبق معمول مجری های برنامه های تان. راستش ما سوگواری شما هستیم. سوگواری به ریشخند گرفتن عزایی که ملی است اما شما را به آن متصف می کنند. البته که این طور نیست و شما را به میلی می شناسند. جنوبی ها یک رسم پوچال خاصی در برابر عزرا دارند. وقتی یکی از عزیزان از این دنیا راهی می شوند، تا مدت ها نه مراسم هایی مثل غروسی و جشن و شادی - که همه ما می دانیم آن جاها جنس و حسن و حال دیگری دارد - می گیرند، نه لب به شیرینی جات می زنند و نه جایی می روند. این کنش جمعی شان در برابر سوگ است. خودشان می گویند «به پند» اند. در جنوب به پند بودن، رسم است و بی احترامی به آن رشت و نکوهیده. اهالی این سرزمین امروز شادی به دل های شان نمی آید و خنده بر لب های شان نمی نشیند، اما خوب بلند کی و چطور شادی کنند. موقع اش باید باشد و خودشان و دل های شان به پند نباشند. همین حالا مردم در شهرهای جنوبی که تا دیروز نوای شاد جشنواره های موسیقی محلی شنیده می شد، لباس عزابه تن کرده اند. جوانان شان سنج و مدام در دست گرفته اند و غمگین تر از همیشه زند، شوه خوان های شان نوبت نمی دهند. همه جا یزله و هوسه سوگ است. آخر موقع اش است؛ خودشان دل های شان به پندند. اصلاً کت ملت به پندند.

۲۴ ساعت

24 HOURS

hammihanmedia@gmail.com

@Hammihanonline

- صاحب امتیاز و مدیر مسئول: غلامحسین کرباسچی
- مشاوران: عباس عیدی و احمد زیدآبادی
- سردبیر: محمدجواد روح • معاون سردبیر: مهرداد خدیر • دبیر آنلاین: شبنم رحمتی
- دبیران گروه ها: فرزانه طهرانی (اقتصاد) • آرمین منتظری (دیپلماسی و بین الملل)
- علی ورامینی (رسانه و فرهنگ) • سمیه متقی (سیاست) • الناز محمدی (جامعه) • آرش خاموشی (عکس)
- مدیر اداری و آگهی ها: شاهرخ حیدری
- مدیر هنری: مهدی قربانی تبار
- هادی حیدری (طرح و کاریکاتور) • حروفچینی و ویراستاری: شهرام هادی

• تلفن روابط عمومی: ۸۸۷۴۹۳۰۰ • تحریریه: ۸۸۷۳۰۲۹۱ • آگهی ها: ۸۸۷۳۵۲۰۷ • نشانی: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوازدهم، پلاک ۱۸

• لیتوگرافی و چاپ: همیهن • تلفن چاپخانه: ۰۲۱۴۶۸۲۱۱۱۴ • توزیع: نشر گستر امروز نوین • تلفن: ۰۲۱-۶۱۹۳۳۰۰۰



کدکس: ایرنا

سرگذشت پاس تکرار می شود؟

بررسی خرید و فروش امتیاز تیم های لیگ برتری برای باقی ماندن در بالاترین سطح فوتبال



سپهر خرمی

گزارشگر ورزشی همیهن

در فوتبال ایران در ابتدا یک خبر به شکل شایعه منتشر می شود و بعد از مدتی به حقیقت تبدیل می شود. جدیدترین گمانه زنی که طی یک هفته اخیر به گوش رسیده و در شبکه های اجتماعی به شکل گسترده ای فراگیر شده، این است که یک تیم لیگ برتری که سقوط اش به دسته پایین تر قطعی شده، قصد دارد سهمیه یک تیم دیگر از لیگ برتر را خریداری کند تا در لیگ برتر بماند. البته برخی تلاش ها نیز حاکی از آن است که نمایندگان این باشگاه لیگ برتری در این برنامه ریزی قصد دارند در صورت صعود تیم آریو اسلام شهر به لیگ برتر، سهمیه و امتیاز این تیم را خریداری کرده تا در لیگ برتر بمانند؛ موضوعی که با ابهام های اساسی حقوقی روبه روست. البته که سابقه تاریخی این اتفاق نیز چنان تاریک است که در صورت تکرار، چشم بسته می توان گفت، پایانش قطعاً خوش نخواهد بود. در این گزارش قصد داریم اتفاقات مشابه خریداری و واگذاری امتیاز تیم های لیگ برتری به تیمی دیگر را در گفت و گو با دو کارشناس حقوق ورزش مورد نقد و بررسی قرار دهیم.

▼ سرنوشت تلخ پاس تهران

شاید که نه، قطعاً بزرگترین اشتباه تصمیم گیران ورزش، انتقال پاس تهران به شهر همدان بود، با این بهانه که پاس در تهران هوادار ندارد و بهتر است برای بسط ورزش فوتبال به شهرستان، یک تیم تهرانی به شهرستان منتقل شود. با همین دیدگاه بود که هیچ شهروند همدانی، ارادت و عرق خاصی به پاس نداشت؛ چون ریشه این تیم برپای شهر همدان نبود که هواداری برای آن شکل بگیرد. وقتی یک باشگاه بدون هیچ زحمتی در اختیار یک استان و شهر قرار بگیرد، طبعاً علاقه ای به آن تیم شکل نخواهد گرفت. بازی های پاس همدان اغلب بدون تماشاگر و حمایت خاصی از سوی همدانی ها برگزار می شد و انگار این بازی ها در تهران در حال برگزاری بود.

باشگاه پاس یکی از قدیمی ترین باشگاه های فوتبال در ایران بود. این باشگاه موفق به کسب پنج قهرمانی در بالاترین دسته لیگ فوتبال ایران و یک قهرمانی در جام باشگاه های آسیا شده بود و چهار بار نیز تا نیمه نهایی جام حذفی پیش رفت، اما هر بار در این مرحله شکست خورد و هرگز نتوانست به دیدار پایانی برسد؛ به همین دلیل تا کام جام حذفی لقب گرفت. این باشگاه از آغاز تا فروپاشی، زیر نظر پلیس ایران و در ابتدا شهریاری و بعدها نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران بود و به عنوان «نماد ورزش پلیس» به شمار می رفت. ورزشگاه خانگی پاس ورزشگاه شهید دستگردی بود که در شهرک اکباتان تهران قرار داشت که رسماً در تاریخ ۱۹ خردادماه ۱۳۸۶ فروپاشید و به شهر همدان منتقل شد. سایبای و پیکان به عنوان دو سهمیه فوتبال تهران به البرز و قزوین منتقل شده و افت محسوسی داشتند ولی به دلیل پشتوانه قوی دو کارخانه خودرو ساز سراما مانده و البته به موقع به تهران برگشتند و از سوی دیگر باشگاه هایی مثل صبا، راه آهن و نفت تهران به مرور سقوط کرده و نابود شدند. خصوصاً که نفت و راه آهن دو باشگاه قدیمی و ریشه دار فوتبال تهران بودند که دیگر اثری از آنها دیده نمی شود. پاس تهران در سال ۱۳۸۶ در نهایت به همدان منتقل شد و تیمی که قهرمانی در آسیا را در تالار افتخاراتش داشت حالا در دسته دوم ایران دست و پنجه نرم می کند و هیچ شانسی حتی برای صعود به لیگ یک آزادگان ندارد. پیش از این نیز نفت تهران با سهیل انگاری مسئولان از بین رفت و نابود شد.

▼ صاباطری هم نابود شد

یکی دیگر از تیم هایی که همانند پاس تهران نابود شد صاباطری تهران بود. باشگاهی که نماد باشگاه داری مدرن در فوتبال ایران بود. زمین تمرین اختصاصی و ورزشگاه زیبایی داشت که بعد از صعود به لیگ برتر اتفاقاً

برنامه های بزرگی در سر داشتند و توانستند به مسابقات لیگ قهرمانان آسیا نیز صعود کنند. این باشگاه با جذب علی دایی، یحیی گل محمدی و سهراب بختیار یزاده گام بلندی برای موفقیت برداشتند و در سال ۱۳۸۵ با مربیگری یحیی گل محمدی حتی تا هفته های پایانی شانس بالایی برای قهرمانی در لیگ برتر داشتند اما به یکباره بازمی پیش نهادی ارائه شد که صاباطری به شهر قم منتقل شود. شهری که نزدیکی خاصی بین مردم اش و فوتبال وجود نداشت. هر چند علی دایی در سال ۱۳۹۴ سرمربی صبا ی قم شد، اما بازمی مردم ارتباط نزدیکی با این تیم نداشتند. حتی تمرینات صبا ی قم در تهران برگزار می شد و فقط برای برگزاری مسابقاتی که میزان بودن به قم سفر می کردند. تیمی که کاملاً میهمان بود! این تیم هم بعد از سقوط به دسته پایین تر از هم پاشید و دیگر از صاباطری فقط یک خاطره به جای مانده است و نس.

▼ مصوبه ای برای جلوگیری از فساد

قانون اما برای جلوگیری از «تکرار تاریخ» در خصوص واگذاری امتیاز تیم ها به یکدیگر چه می گوید؟ این اخبار در حالی مطرح می شود که فدراسیون فوتبال در جلسه هیئت رئیسه ۲۱ خردادماه ۹۶ مصوبه ای را امضاء کرد که بر این اساس فروش و انتقال امتیاز تیم های لیگ برتری ممنوع است. این مصوبه بعد از آن امضاء شد که انتقال امتیاز تیم های لیگ برتری به شهرستان ها منجر به نابودی تیم های پرسابقه و با هویت فوتبال کشور شد. نکته جالب اینکه در جلسه ۲۱ خردادماه ۹۶ حتی روی این نکته تأکید شد که تغییر نام تیم ها هم باید با نظر فدراسیون فوتبال باشد و تیم ها بدون موافقت فدراسیون فوتبال، این اجازه را ندارند که نام خود را تغییر دهند. در بحث فروش و انتقال امتیاز تیم های لیگ برتر تصویب مصوبه مورد اشاره به این معنی بود که جابه جایی امتیاز بین تیم ها و از استانی به استان دیگر ممنوع است اما تیم با همان اسم در همان شهر می تواند مالکیت خود را تغییر دهد. همانند نساجی که مالکیت آن به شرکت هوایمایی وار ش تغییر کرد، اما نام تیم و شهر محل فعالیت تیم دستخوش تغییر نشد.

▼ راه دور زدن قانون وجود دارد؟

شایعاتی که این روزها شنیده می شود این است که شاید باشگاه نساجی برای خرید امتیاز یک تیم لیگ برتری اقدام کند تا این باشگاه فصل اتی نیز در لیگ برتر بماند. در این خصوص گفت و گویی را با وحید دژه، قاضی دادگستری و حقوقدان ورزشی انجام دادیم تا صحت و سقم این موضوع را به لحاظ قانونی جویا شویم: «خرید و انتقال امتیاز باشگاه در فوتبال ایران سابقه دارد و به لحاظ قانونی همچنان امکان پذیر است اما شرایط و تشریفات خاصی دارد. شرایطی مثل اخذ مجوز از سازمان لیگ و کمیته های مربوطه در فدراسیون فوتبال، همچنین تسویه کامل بدهی باشگاه فروشنده». از سوی دیگر رسول باختر، کارشناس حقوق ورزش نیز در تصدیق این موضوع گفت: «در فوتبال روز دنیا اصولاً مرسوم نیست که یک باشگاه با صعود به لیگ برتر امتیازش را واگذار کند، اما در سطح فوتبال ایران بارها این اتفاق رخ داده است. نکته مهم این است که طبق قوانین اصلاح شده که سال پیش تصویب شد، واگذاری و فروش امتیاز یک باشگاه، محدود شده و شرط اصلی این است که هر دو باشگاه خریدار و فروشنده در یک استان باشند. انتقال یک مجوز بین دو استان کاملاً ممنوع است و هیچ استثنایی هم وجود ندارد. طبق ماده ۳۵ دستورالعمل سال گذشته، واگذاری امتیاز باشگاه ها از یک استان به استان دیگر منع شده است اما انتقال یک باشگاه در همان استان طبق قوانینی خاص، منعی ندارد». باختر در ادامه افزود: «به لحاظ رعایت قواعد اخلاقی و اصول حرفه ای در ورزش طبعاً واگذاری و فروش امتیاز یک باشگاه رفتار صحیحی نیست».

باید دید براساس شایعات شکل گرفته آیا مسئولان باشگاه نساجی تلاش می کنند تا این تیم در لیگ برتر بماند یا قوانین تازه تصویب شده به هیچ عنوان اجازه چنین کاری را نمی دهد؟

چهره

روزی مثل دیروز درگذشت

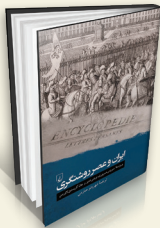


روز گذشته هفتم اردیبهشت ماه، مریم مویدپور، مترجم ادبیات آلمانی بر اثر بیماری سرطان در سن ۶۹ سالگی درگذشت. مویدپور از معدود زنان مترجم ایرانی بود که با وجود سال ها زندگی در غربت، دلسوزانه برای ادبیات فارسی دست به ترجمه رمان های مشهور آلمانی زد. مریم مویدپور دکترای جامعه شناسی داشت و سال ها استاد دانشگاه فرانکفورت بود. آشنایی او با محمود حسینی زاد، از مترجمان مشهور ادبیات آلمانی، او را ترغیب کرد که با اشرفی که بر ادبیات دارد، کار ترجمه را آغاز کند. مویدپور به دلیل سابقه پژوهشگری که داشت، با انتخاب هر کتابی برای ترجمه با نویسندگان آن آثار ارتباط برقرار می کرد تا لحن، زبان و حتی فرهنگ حاکم بر متن اصلی را به خوبی درک کند و بعد شروع به کار می کرد. کتاب های «روزی مثل امروز» و «بی تفاوتی دلنشین دنیا» نوشته رمان نویس برجسته سوئیسی که آثارش در صدر فروش ادبیات به زبان آلمانی قرار دارد، از مهم ترین کتاب هایی است که توسط مریم مویدپور در آلمان ترجمه و در ایران به چاپ رسیده است.

کتابخانه

آرای متفکران درباره ایران

کتاب «ایران و عصر روشنگری» نوشته سیروس مسروری، ویتنی مَنیزوجان کریستین لاورسن، با ترجمه شهربانو صارمی در ۳۶۰ صفحه و با قیمت ۳۵ هزار تومان توسط نشر ققنوس منتشر شد. این کتاب مجموعه ای از ۹ مقاله است که متخصصان مطالعات ایران شناسی درباره نسبت ایران و متفکران عصر روشنگری به رشته تحریر درآورده اند. پرسش محوری مقالات کتاب این است که متفکران عصر روشنگری، خصوصاً اندیشمندان فرانسوی، درباره فرهنگ، تاریخ، ادیان و مذاهب ایران چه می اندیشیدند و در فعالیتهای فرهنگی خود از اطلاعات شان درباره ایران و ایرانیان چگونه استفاده می کردند. نویسندگان مقالات این کتاب با رجوع به منابع مختلف و به نحو مستند، نشان می دهند که متفکرانی چون دیدرو، ولتر، منتسکیو، پل، لیتلتون و افراد دیگر چگونه به ایران می نگریستند و چگونه در مبارزات سیاسی و فرهنگی خود از اطلاعات مربوط به ایران استفاده می کردند. خوانندگان این کتاب نه تنها آرای متفکران عصر روشنگری درباره ایران را خواهند شناخت، بلکه با سفرنامه هایی که ایران عصر صفوی را توصیف کرده اند هم آشنا خواهند شد.



ایران و عصر

روشنگری

گروه نویسندگان

مترجم:

شهربانو صارمی

انتشارات: ققنوس

تاریخ

پرده برداری از مجسمه ابن سینا

هشتم اردیبهشت ماه ۱۳۳۳ و در هشتمین روز کنگره ۱۰ روزه بین المللی بوعلی سینا از مجسمه این دانشمند، طبیب و فیلسوف بزرگ ایرانی در شهر همدان پرده برداری شد. سازنده این اثر باشکوه ابوالحسن صدیقی را بیشتر به عنوان استاد مجسمه سازی در ایران می شناسند و او به این نام معروف است اما صدیقی کار هنری خود را با هنر نقاشی و شاگردی در نزد استاد بزرگ نقاشی ایران کمال الملک آغاز کرد. در نهایت نیز تصویری که او از ابوعلی سینا با قلم سیاه کشیده بود، در بیست و یکمین جلسه هیئت موسسان انجمن آثار ملی به تصویب رسید و تصمیم گرفته شد که مجسمه سنگی هم برای یادبود ابوعلی سینا به دست خود صدیقی ساخته شود. حاصل کار، مجسمه ای ایستاده از ابن سینا به ارتفاع سه متر و ۱۰ سانتی متر بود که در ساخت آن از سنگ مرمر سفید استفاده شده بود. در نهایت نیز آرامگاه این شخصیت برجسته فرهنگ ایران با معماری هوشنگ سیحون در روز نهم اردیبهشت ماه افتتاح شد. سیحون در طراحی خود در این پروژه از برج گنبد قابوس در شهر گنبد کاووس اقتباس کرده بود.

