

میزانسن حیرت انگیز ضیافت شام دونالد ترامپ



صوفیا نصرالهی

روزنامه‌نگار

من از همان دور اول ریاست جمهوری دونالد ترامپ از او خوشم نمی‌آمد. رفتارهای پوپولیستی‌اش مرا یاد یکی از روسای جمهور خودمان می‌انداخت که از او هم دل خوشی نداشتیم. اصلاً من از هرگونه رفتار و منش پوپولیستی متنفرم. اینکه حرف‌هایی بزنی و کارهایی بکنی که با عقل و منطق متخصصان هر امری جور درنیاید اما در عوض مردم را هیجان‌زده کند. چه در سطح افزودن کانادا به‌عنوان ایالتی از آمریکا باشد یا پخش پول و سبزه‌مینی بین مردم! اما این دوره‌ی ترامپ با اختلاف برایم حیرت‌انگیز است. شک من به اختلال خودشیفتگی حاد است. میزانسن عجیب‌وغریب در این مدت کم از او ندیدیم. مثلاً چه ملاقات اول و چه دوم با زلنسکی، رئیس‌جمهور اوکراین! در ملاقات اول آن برخورد عجیب غیردیپلماتیک و چنان زهر چشم گرفتن که در ملاقات دوم، طرف هم لباسش را عوض کرد، هم از هر پنج جمله، چهارتایش تشکر از کمک‌های آمریکا بود. ولی من با سیاستمداران کاری ندارم. به‌ندرت یک سیاستمدار واقعاً بزرگ (نه به‌معنای خوب که به‌معنای کاربلد بودن) ظهور می‌کند. ضیافت هفته‌ی پیش ترامپ با غول‌های تکنولوژی آمریکا، خدایان سیلیکون‌ولی، از همه‌ی سکس‌های قبلی عجیب‌تر و به‌زعم من ترسناک‌تر بود. شما اگر فقط کمی درباره‌ی تکنولوژی‌هایی که روزانه با آن‌ها سروکار دارید، کنجکاوی داشته باشید، می‌دانید که همین الان من این متن را در مایکروسافت ورد تایپ می‌کنم که مربوط به کمپانی اعظم مایکروسافت آقای بیل گیتس است که در سرتاسر جهان، آدم‌ها وقتی ویندوز روی کامپیوترشان است، یعنی از محصولات مایکروسافت استفاده می‌کنند، آن یکی؛ اسم‌ال‌تمن، مدیرعامل openAI، که در حال حاضر مهم‌ترین هوش مصنوعی مولد یعنی chatGPT را عرضه کرده. مارک زاکربرگ؛ موسس فیس‌بک که زمانی مهم‌ترین شبکه‌ی اجتماعی همه‌ی جهان و ما بود و بعدتر اینستاگرام را هم به متعلق‌اش اضافه کرد. تیم کوک از اپل؛ که همه‌ی هفته اینفون جدید را به بازار معرفی می‌کنند و همه‌ی جهان، حتی من که هرگز در زندگی‌ام از محصولات اپل استفاده نکرده‌ام، کنجکاو دیدن اثر هنری فنی جدیدشان هستم. هرکدام از این آدم‌ها برای خودشان امپراتوری دارند. ثروت هرکدام چندبرابر دونالد ترامپ است که تازه جدا از ریاست‌جمهوری، موفقیت‌اش درواقع در عرصه‌ی تجارت است. اما بازی قدرت از ثروت هم پیچیده‌تر است. آن‌ها دورتادور میز نشسته بودند و ترامپ با سر به هرکدام اشاره می‌کرد تا مراتب ارادت و چاکری‌شان را به گوش برسانند. عین چیزهایی که درباره‌ی شاهان قاجار خودمان خوانده‌ایم، تشکر یکی را می‌شنید و اگر راضی‌کننده بود، لیخندی می‌زد و می‌رفت سریع بعدی که تحسین‌اش کند. بعد تازه سوال و جواب شروع شد که هرکدام چقدر داخل خاک آمریکا سرمایه‌گذاری کرده‌اند. داریم درباره‌ی اقتصاد آزاد آمریکا صحبت می‌کنیم که طرف حق دارد پولش را هر جا دلش می‌خواهد سرمایه‌گذاری کند، اما حالا در دوران ترامپ ماجرا فرق کرده. ضرب‌هوش آدم‌های آن جمع قطعاً از ترامپ بالاتر است. چه چیزی باعث می‌شود که خودشان را در این میزانسن مضحک قرار دهند؟ قدرت طرف مقابل که منفعت‌شان در گرو آن است. این میزانسن به من یکی یادآوری کرد که جهان تغییر پیدا کرده. برای دوام‌آوردن در این جهان و درعین حال حفظ اعتبار و عزت‌نفس‌ات، باید جور دیگری بازی کنی. بکرمانی دیالوگی بود از فیلم «دندان مار» مسعود کیمیایی که عاشق‌اش بودم و به مناسبت‌های مختلف در دهه‌ی ۸۰ و حتی اوایل دهه‌ی ۹۰ به‌کار می‌بردیم. می‌گفت: «به جایی هست باید واهی. به جایی هم هست باید در بری. اما خدا نکته‌جای این دوتا با هم عوض بشه که اونوقت تا آخر عمر مدیون خودتی». و ما بیشتر به آن قسمت کجا ایستادن و کجا در رفتن فکر می‌کردیم، اما امروز آن بخش آخر مهم‌تر است. اینکه هر کاری می‌کنی، مدیون خودت نباشی و راستش را بخواهید، فکر می‌کنم این سخت‌ترین کار جهان است و دلم برای مهمانان سر میز شام می‌سوزد که مجبور شدند به‌خاطر آینده‌نگری، تصویر بزرگتر، شرکت‌های‌شان، کارکنان‌شان و محصولات‌شان احتمالاً مدیون خودشان شوند. این مردانی که هر کدام با مغزهای درخشان، زندگی روزمره‌ی تکنولوژیک ما را راحت‌تر کرده‌اند.

۱۶
۲۴ ساعت
24 HOURS

hammihanmedia@gmail.com
@Hammihanonline

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

• تلفن روابط عمومی: ۸۸۷۴۹۳۰۰ • تحریریه: ۸۸۷۳۰۲۹۱ • آگهی‌ها: ۸۸۷۳۵۲۰۷ • نشانی: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوازدهم، پلاک ۱۸
• لینتوگرافی و چاپ: هم‌میهن • تلفن چاپخانه: ۰۲۱۴۶۸۱۱۱۴ • توزیع: نشر گستر امروز نوین • تلفن: ۰۲۱-۶۱۹۳۳۰۰۰



صداوسیما پول می‌دهد؟

مجلس سرانجام تصویب کرد که صداوسیما باید سهم حق پخش تلویزیونی را به تیم‌های ورزشی بدهد



سپهر خرمی

گزارشگر ورزشی هم‌میهن

تصویب حق پخش تلویزیونی برای باشگاه‌های ایرانی در مجلس شورای اسلامی، روز گذشته به‌عنوان نقطه‌عطفی در تاریخ فوتبال ایران رقم خورد؛ تصمیمی که می‌تواند معادلات اقتصادی ورزش کشور را دگرگون کند و سال‌ها مطالبه معوقه باشگاه‌ها را به‌بار بنشاند. سال‌هاست که موضوع حق پخش تلویزیونی، به یکی از چالش‌های جدی فوتبال ایران بدل شده؛ چالشی که در نبود درآمد‌های پایدار، باشگاه‌ها را به ورطه بدهی‌های سنگین، مشکلات مالی و وابستگی شدید به منابع دولتی کشانده است. حالا با این مصوبه، صداوسیما مکلف می‌شود بخشی از درآمد‌های هفتگ ناشی از تبلیغات و پخش مسابقات را به باشگاه‌ها بپردازد. پرسش اصلی اینجاست که این قانون چگونه اجرا خواهد شد، سهم واقعی باشگاه‌ها چهمیزان خواهد بود و آیا می‌تواند نقطه پایان بر بحران‌های مالی فوتبال ایران باشد یا خیر؟ نگاهی تحلیلی به این تصمیم و تبعات آن، می‌تواند تصویر روشنی از آینده فوتبال حرفه‌ای ایران ترسیم کند. در این گزارش جزئیات طرحی که باشگاه‌ها را از یک شکست واقعی نجات می‌دهد مورد بررسی قرار دادیم.

▼ بحران دیرینه فوتبال ایران و نقش حق پخش تلویزیونی

فوتبال ایران طی دوده‌ها اخیر همواره با مشکل جدی کمبود منابع مالی مواجه بوده است. باشگاه‌های بزرگ همچون پرسپولیس و استقلال به‌رغم برخورداری از میلیون‌ها هوادار، در عمل فاقد درآمد پایدار بوده و اغلب برای بقا به حمایت‌های مستقیم دولتی یا اسپانسرهای موقت متکی بوده‌اند. این وابستگی، نه‌تنها استقلال اقتصادی باشگاه‌ها را زیر سوال برده، بلکه آن‌ها را به‌طور مستقیم درگیر مسائل سیاسی و مدیریتی کرده است. در این میان، حق پخش تلویزیونی یکی از بدیهی‌ترین منابع درآمدی در فوتبال حرفه‌ای دنیا، در ایران سال‌ها مسکوت ماند. صداوسیما با استناد به انحصار پخش تلویزیونی، نه‌تنها مبلغی به باشگاه‌ها پرداخت نکرد، بلکه در بسیاری مواقع از حق مالکیت معنوی مسابقات هم چشم‌پوشی کرد. همین موضوع بارها باعث انتقاد مدیران باشگاه‌ها و حتی تهدید به عدم‌حضور در مسابقات شد؛ تهدیدهایی که البته هیچ‌گاه عملی نشد. تصویب اخیر مجلس، درواقع پاسخی به این مطالبه تاریخی است. اما پرسش اصلی اینجاست که آیا این قانون به‌طور واقعی اجرا خواهد شد یا همچون بسیاری از قوانین، روی کاغذ باقی خواهد ماند؟

▼ درآمد ۵/۲ هزار میلیاردی صداوسیما فقط از ۳ مسابقه

اما درآمد صداوسیما از پخش تبلیغات تلویزیونی قبل، حین و بعد از هر مسابقه فوتبال چقدر است؟ روزنامه فرهیختگان روز گذشته با محاسبه این ارقام به اعداد شگفت‌انگیزی رسید. این روزنامه در گزارشی نوشت که تنها از محل پخش مسابقات تیم ملی فوتبال ایران در رقابت‌های جام کافا، سازمان صداوسیما حدود ۵/۲ هزار میلیارد تومان، معادل ۲۰ میلیون دلار، درآمد تبلیغاتی کسب کرده است. گفتنی است، سال گذشته نیز تعرفه پخش زنده فوتبال داخلی در مجموع ثانیه‌های تبلیغات ضرب شد و عدد حدودی ۵۸ هزار میلیارد تومان، معادل ۵۰ میلیون دلار فعلی، در سال ۱۴۰۳ برای تبلیغات ثبت شد. یعنی صداوسیما فقط از پخش بازی‌های همین دو تیم (مجموع ۷۶ مسابقه طی یک‌سال) به این درآمد می‌رسد. بسیاری از نمایندگان مجلس درنهایت متقاعد شدند که وقت تغییر فرارسیده است. آن‌ها با استناد به همین آمارها تأکید کردند که صداوسیما نمی‌تواند بیش ازاین از منافع فوتبال بهره‌مند شود؛ بدون آنکه سهمی عادلانه به صاحبان اصلی یعنی باشگاه‌ها پرداخت کند. افشای چنین ارقامی درنهایت روند تصویب قانون حق پخش تلویزیونی را تسریع کرد و امروز می‌توان گفت، یکی از محرک‌های اصلی این تصمیم تاریخی، همان گزارش جنجالی فرهیختگان بوده است.

▼ حق پخش در اروپا چگونه تقسیم می‌شود؟

برای درک بهتر اهمیت این مصوبه، باید نیم‌نگاهی به مدل‌های درآمدزایی از حق پخش در فوتبال اروپا داشت. لیگ برتر انگلیس در این زمینه یکی از موفق‌ترین نمونه‌هاست. تنها در فصل ۲۰۲۳-۲۰۲۲، قراردادهای فروش حق پخش تلویزیونی این لیگ به‌بیش از ۱۰ میلیارد پوند رسید. بخش عمده‌ای از این مبلغ مستقیماً بین ۲۰ باشگاه لیگ برتر تقسیم می‌شود. هر باشگاه در انگلیس به‌طور متوسط، سالانه بیش از ۱۰۰ میلیون پوند از محل حق پخش دریافت می‌کند که این درآمد پایدار، عامل اصلی توسعه زیرساخت‌ها و خریدهای پر هزینه در بازار نقل‌وانتقالات است. در بوندس لیگای آلمان نیز وضعیت مشابهی برقرار است. درآمد حق پخش این لیگ در سال ۲۰۲۳ حدود ۵/۱ میلیارد یورو بود که براساس رتبه تیم‌ها، تعداد بازی‌های پخش‌شده و معیارهای دیگری بین باشگاه‌ها توزیع شد. باشگاه‌هایی مانند بایرن مونیخ و دورتموند سهم بیشتری دریافت کردند، اما حتی تیم‌های میانه جدول هم توانستند ده‌ها میلیون یورو به‌دست آورند. این الگوها نشان می‌دهد که حق پخش تلویزیونی نه‌تنها منبعی برای بقا، بلکه سکوی پرتابی برای رشد و رقابت در سطح جهانی است. مقایسه این ارقام با وضعیت باشگاه‌های ایرانی که عملاً هیچ سهمی از حق پخش نداشتند، شکاف عمیق اقتصادی فوتبال ایران را روپرا آشکار می‌کند.

▼ سهم باشگاه‌های ایرانی؛ رویای دیرینه یا واقعیتی در دسترس؟

با تصویب این قانون، حالا نوبت به پرسش کلیدی می‌رسد: سهم واقعی باشگاه‌های ایرانی از حق پخش چقدر خواهد بود؟ براساس برآوردهای اولیه کارشناسان اقتصادی ورزش، اگر درآمد تبلیغاتی صداوسیما از پخش مسابقات داخلی و ملی حتی نزدیک به ۷۰ هزار میلیارد تومان در سال ۱۴۰۴ باشد، تخصیص ۳۰ تا ۴۰ درصد آن به باشگاه‌ها می‌تواند رقم قابل‌توجهی ایجاد کند. برای مثال، اگر تنها ۲۰ هزار میلیارد تومان به باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال اختصاص یابد، سهم هر تیم به‌طور میانگین، حدود ۱۰۰۰ میلیارد تومان خواهد بود. این رقم برای باشگاه‌هایی چون پرسپولیس و استقلال که همواره با بدهی‌های سنگین مواجه‌اند، می‌تواند بخش عمده‌ای از مشکلات مالی را پوشش دهد. البته نحوه تقسیم دقیق این درآمد هنوز روشن نشده است. برخی معتقدند، معیار باید تعداد ببیننده و جذابیت مسابقات باشد؛ موضوعی که به‌سود تیم‌های پرهوادار است. برخی دیگر، خواستار تقسیم برابر هستند تا عدالت رقابتی حفظ شود. در هر صورت، آنچه مسلم است این است که باشگاه‌ها پس از سال‌ها به یک منبع درآمد پایدار و قانونی دست خواهند یافت. گفتنی است ۱۰۰۰ میلیارد تومان با دلار ۱۰۲ هزار تومان، حدود ۱۰ میلیون دلار برای پرسپولیس و ۱۰ میلیون دلار برای استقلال خواهد بود که رقم بسیار قابل‌توجهی برای تیم‌هایی است که در صدد جذب بازیکن هستند.

▼ پیامدهای احتمالی برای فوتبال ایران

تصویب و اجرای این قانون می‌تواند تبعات گسترده‌ای برای فوتبال ایران داشته باشد: کاهش وابستگی به دولت که به‌همین منظور باشگاه‌ها می‌توانند بخشی از هزینه‌های خود را بدون نیاز به بودجه‌های دولتی تأمین کنند. افزایش شفافیت مالی؛ با ورود درآمد‌های جدید، نیاز به حسابرسی و مدیریت مالی دقیق‌تر افزایش خواهد یافت. بهبود کیفیت لیگ که باشگاه‌ها قادر خواهند بود بازیکنان بهتری جذب کرده و زیرساخت‌های خود را ارتقا دهند. رقابت عادلانه‌تر که در صورت تقسیم برابر یا عادلانه، تیم‌های کوچک نیز از منافع فوتبال ملی بهره‌مند می‌شوند. باین حال خطراتی نیز وجود دارد. در صورت نبود شفافیت و مدیریت صحیح، این منابع مالی می‌تواند مانند بسیاری از درآمد‌های دیگر هدر برود یا صرف پرداخت بدهی‌های گذشته‌شده، بدون آنکه اثری پایدار بر ساختار باشگاه‌ها بگذارد. تصویب حق پخش تلویزیونی برای باشگاه‌های ایرانی، رویدادی تاریخی است که می‌تواند آینده فوتبال ایران را متحول کند. نکته‌ای که فعلاً مشخص نیست اینکه، صداوسیما براساس چه قراردادی می‌خواهد سهم فوتبال و سایر ورزش‌ها را پرداخت کند؟ اگر براساس جدول سال‌های اخیر باشد، طبعاً فوتبال آنطور که باید سهم نخواهد برد، هر چند براساس جدول گذشته نیز این سهم آنطور که باید، پرداخت نشده است. برگ برنده باشگاه‌های فوتبال در دنیای امروز، همین حق پخش تلویزیونی و استفاده از تبلیغات است که تا امروز فوتبال ایران از آن محروم بود.

زخمه‌زن نادره

۹ سال پیش در چنین روزی، فرهنگ شریف در ۸۵ سالگی درگذشت. وقتی سخن از تار می‌آید، بعید است کسی اهل موسیقی باشد و به یاد شریف نیفتد؛ آملی‌زاده که از کودکی به‌واسطه رفاقت پدر داروسازش با تارنوازان بزرگ عصر چون عبدالحسین شهنازی و مرتضی نی‌داود، به این ساز علاقه‌مند شد، نزد همین اساتید نواختن تار را آموخت و در ۱۲ سالگی نخستین تکنوازی خود را که زنده از رادیو پخش می‌شد، اجرا کرد. بعدتر نیز او به‌خصوص با حضور در برنامه «گل‌ها»، با توان بالایش در بداهه‌نوازی و با ابداعاتی که در نحوه انگشت‌گذاری و مضارب‌زنی انجام داد، شهرتی در خور به‌دست آورد و ستایش همگان را برانگیخت به‌نحوی که بسیاری از بزرگان موسیقی ایران تمجیدهایی فراوان از هنر فرهنگ شریف به‌دست داده‌اند. برای نمونه علی تجویدی، ویولونیست شهیر، از تکنیک شسته‌ورفته شریف، تعریف فراوان کرده است. احمد عبادی، نوازنده معروف سه‌تار گفته است، هیچ‌کس در بداهه‌نوازی نظیر فرهنگ شریف نیست. از نظر اکبر گلیا، خواننده بزرگ: «تار فرهنگ شریف، هویت ایران است و بعد از جلیل‌خان عنوان استاد تار، شایسته ایشان است».



سفری عمیق به دنیای پیری

رمان «تکثیر می‌شویم» نوشته‌ی ایوان رید، نویسنده‌ی کانادایی شناخته‌شده، اثری روان‌شناختی و پر از ظرافت است که در سال ۲۰۲۲ منتشر شد. این کتاب، با نثری مینیمالیستی و دقیق، به بررسی پیچیدگی‌ها و مسائل زندگی در اواخر عمر از جمله پیری، مرگ، هویت و وابستگی انسان‌ها می‌پردازد. «تکثیر می‌شویم»، داستان پنی، هنرمند سالخورده و مستقلی را روایت می‌کند که پس از سقوط ناچار به زندگی در مرکز مراقبت می‌شود. ابتدا این مکان برایش فضایی آرام و الهام‌بخش است، اما کم‌کم به محیطی پیچیده و کنترل‌گر تبدیل می‌شود. رید با نثری ساده و دقیق، تنش‌ها و اضطراب‌های درونی پنی را به تصویر می‌کشد و به بررسی تعادل دشوار میان آزادی فردی و محدودیت‌های ناشی از مراقبت‌های نهدی می‌پردازد. فضای داستان، با ابهام و وهم آلودگی، خواننده را به تأمل درباره‌ی هویت، حافظه و اخلاق مراقبت دعوت می‌کند. این رمان روان‌شناختی و احساسی، توانسته است از سوی منتقدان به‌دلیل برخورد هوشمندانه و احساسی با موضوعات وجودی و ساختارهای نهدی مراقبت از سالمندان، به‌عنوان یکی از آثار برجسته ادبیات معاصر شناخته‌شود. «تکثیر می‌شویم» اثری کسانی که دنبال داستانی انسانی و متفاوت درباره‌ی پیری هستند، انتخاب مناسبی است.



نام کتاب:

تکثیر می‌شویم

نویسنده: ایوان رید

مترجم:

کوروش سلیم‌زاده

نشر: چشمه

آغاز محاصره لنینگراد



لنینگراد در سال‌های آغازین جنگ جهانی دوم با جمعیتی بیش از سه میلیون نفر، هم «پایتخت دوم» شوروی شناخته می‌شد، هم یکی از مراکز عمده صنعتی و اقتصادی این کشور به‌حساب

می‌آمد. در این شهر حدود ۶۰۰ کارخانه وجود داشت و صنایع لنینگراد نزدیک به یک‌سوم ماشین‌آلات صنعتی شوروی و بیشتر توربین‌های تولید انرژی آن را تأمین می‌کردند. با چنین اهمیتی، لنینگراد به یکی از اهداف سه‌گانه آلمانی‌ها در طرح عملیاتی بارباروسا برای تهاجم به شوروی و هدف اصلی گروه ارتش شمال به فرماندهی فیلد مارشال، ویلهلم ریتتر فون لیب بدل شد. اینگونه بود که نیروهای آلمانی و فنلاندی در ۸ سپتامبر ۱۹۴۱، محاصره این شهر را شروع کردند. بدین ترتیب آخرین راه ارتباطی زمینی به شهر، توسط نیروهای گروه ارتش شمال و ماخت مسدود شد. نیروهای ارتش سرخ، ۱۸ ژانویه ۱۹۴۳ موفق به بازکردن یک راه باریک برای ورود به شهر شدند، اما شکسته‌شدن محاصره شهر تا ۲۷ ژانویه ۱۹۴۴ یعنی ۸۷۲ روز - به درازا کشید. این محاصره یکی از مخرب‌ترین و مرگبارترین محاصره‌های تاریخ به‌حساب می‌آید و طی آن قریب به یک میلیون نفر کشته شدند.