

از لیقوان تا روکفور



نیوشا طبعی گیلانی

روزنامه‌نگار

ایران از نظر تنوع اقلیمی، قومی، فرهنگی و البته رنگارنگی سفره غذا به قاره‌ای می‌ماند که درون مرزهای کشوری جا گرفته، شمار پنیرها و نان‌هایی که در سرزمین ما وجود داشته‌اند، سر به فلک می‌زند و از دایره تصور بیرون است. اندکی قبل، در هر ۱۵- ۱۰ کیلومتر فاصله، نان و آش و پنیری متفاوت بر سر سفره‌ها می‌گذاشتند، منطق با مواد در دسترس و عادات غذایی مردم همان ناحیه. هجوم مدرنیته کج‌ومعوج، حس عقب‌ماندگی، لزوم تعجیل در نو کردن همه‌چیز و البته سودجویی و کاسب‌کاری بخش بزرگی از میراث فرهنگی، تاریخی و سنت ملی را نابود کرد. شاید اگر آن روز شمارشی می‌شد، افزون بر صدها نوع پنیر مختلف و صدها نوع نان متفاوت در سراسر ایران درست می‌شد. پس از افتتاح کارخانه‌های مدرن لبنیاتی و تولید ماشینی محصولات بی‌کیفیتی که از روی دست ۵۰ سال پیش اروپایی‌ها کپی شده بود، پنی‌سازی در ایران لطمه‌ای جدی خورد. لبنیات سنتی ایران با قدمتی بیش از چهار هزار سال، برپایه تجربه بلند تمدن ملتی کهن، به اعلای درجه‌ای از کیفیت رسیده بود. استفاده از بهترین شیر دام‌های شیری و فعل و انفعالات طبیعی مانند تخمیر، محصولی بیرون می‌داد که از حیث سلامت و کیفیت در بالاترین حد ممکن قرار داشتند. به‌رحال با غفلت ما آن دوره سپری شد و از آن گنجینه اندکی بیش باقی نماند. کارخانه‌های رنگارنگی هم که مجدانه مشغول فتح بازار لبنیات ایران شدند، هیچ دغدغه‌ای برای عرضه همان محصولات ایرانی نداشتند. کار به جایی رسید که به ملت مبدع ماست در جهان، ماست ایسلندی فروختند! درحالی‌که کل زمان آشنایی ملل غربی با پدیده ماست، به اوایل قرن بیستم بیشتر نمی‌رسد. پنی‌رویلی! از دیگر شاهکارهای این شرکت‌هاست که احتمالاً برگرفته از نام ویلیام لارنس آمریکایی، مبدع پنیر فیلادفیاست. پنی‌رویلی بر سر سفره ایرانی و تلاش برای تغییر ذائقه ما ایرانی‌ها، سوویه ویرانگر سرمایه‌داری به‌دور از فرهنگ ملی است. به‌رغم تنوع عظیم و منحصر به‌فرد پنی‌ر سنتی و محلی ایران، هیچ حمایت قانونی و رسمی‌ای از نام و نشان این پنی‌رها به عمل نیامده و اساساً کسی حوصله فکر کردن به این امور را ندارد. اگر جمله «باید از فرق سرتا نوک پا فرنگی بشویم» تنها نظری بوده که به مرحوم تقی‌زاده - که در میهن‌پرستی‌اش تردید نباید کرد - نسبت می‌دهند، ما با همه ادعای انقلابی و ایرانی بودن‌مان، در فرنگی شدن تمام‌وکمال - از سفره تا تمام ابعاد زندگی‌مان و به‌همان‌توسعه و پیشرفت - روی همه پیشینیان را سفید کرده‌ایم. پنی‌ر تولید لیقوان - به آن شیوه سنتی، قدیمی و بی‌تخلیرش - کیفیتی اعلا دارد. روش آنها این است: پنی‌ر را از شیر تازه و خام گوسفندان خودشان که در دشت و دمن همان ناحیه چیده‌اند، درست می‌کنند. پنی‌ر را در ظرف‌هایی حاوی آب‌نمکین غرق می‌کنند تا ۴۰ روز بگذرد و پنی‌ر جا بیفتند. این فرایند در درون غارهای دست‌کندی که زیر بیشتر خانه‌های لیقوان وجود دارد، به سرانجام می‌رسد. این غارها دیدنی هستند و بعضی قدمت صد و چندساله یا بیشتر دارند. اما شل‌بودن ضوابط و اهمیت ندادن به آنچه در فرهنگ سنتی خوراک و سفره ملی ماست، سبب شده که عده‌ای کاسب بی‌اخلاق، هر پنی‌ر بی‌کیفیتی را که در شمال، جنوب، شرق و غرب ایران با شیوه‌ای دیگر تولید می‌شود، بر چسب «لیقوان» بزنند و به این ترتیب پنی‌ر لیقوان دیگر آن اعتبار و کیفیت گذشته را نداشته باشد. در بازارهای خارجی این پنی‌ر مثل امارات - که زمانی بسیار مشتاق لیقوان بودند - به‌دلیل بی‌کیفیتی محصولات صادراتی از ایران، دیگر کسی به لیقوان اعتماد نمی‌کند. این را داشته باشید تا نمونه مشابهی را در اروپا مثال بزنم: پنی‌ر روکفور. این پنی‌ر در زمره پنی‌رهای آبی - کپک‌دار - محسوب می‌شود و محصول روستایی به‌نام روکفور - سور - سولزون در فرانسه است. اما در ۱۹۶۱ دادگاهی در فرانسه، استفاده از نام روکفور برای هر پنی‌ری را ممنوع کرده: الا به این شروط که اولاً حتماً در همان ناحیه درست شده باشد، از شیر خام گوسفند ساخته شده باشد و حتماً در غارهای طبیعی زیر روستا، غارهای مون کومبالو جا افتاده باشد. در غیر این صورت، هر کسی که پنی‌ری تولید کند - اگر چه کیفیتی مشابه روکفو داشته باشد - اجازه استفاده از نام روکفور ندارد! این ارزش و اهمیتی که برای نام‌نشان این پنی‌ر - که بی‌تعبص، در مقابل پنی‌ر لیقوان ما چندان چیزی هم به‌حساب نمی‌آید - قائل شده‌اند، سبب گشایش بازار جهانی برای این روستا شده است.

۱۶ ساعت 24 HOURS

hammihanmedia@gmail.com
@Hammihanonline

تلفن روابط عمومی: ۸۸۷۴۹۳۰۰، تحریریه: ۸۸۷۳۰۲۹۱، آگهی‌ها: ۸۸۷۳۵۲۰۷، نشانی: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوازدهم، پلاک ۱۸
لینتوگرافی و چاپ: هم‌میهن. تلفن چاپخانه: ۰۲۱۴۶۸۲۱۱۱۴، توزیع: نشر گستر امروز نوین، تلفن: ۰۲۱-۶۱۹۳۳۰۰۰



عکس: همشهری

پلتفرم‌های پر شمار و محتوای ناچیز

بعد از ورود چند شرکت حوزه غذا، مواد شوینده و...

همشهری رسانه شهرداری هم صاحب پلتفرم نمایش خانگی شده است

هستند، با روند کار ناآشنا هستند. این موضوع مسائل مالی و مدیریتی را ایجاد می‌کرد که مثلاً نتیجه‌اش می‌شد، ساخت هم‌زمان سه سریال درباره ناصرالدین شاه در دو پلتفرم. با مشکلات ممیزی آثار تولیدشده که سال‌ها میان تلویزیون، ارشاد و سازمانی به‌نام ساترا کشمکش به‌راه انداخته بود.

افراط در ایجاد بستر پخش به جای محتوا سازی

از سال ۱۴۰۰ پلتفرم‌های دیگر هم که قبلاً تنها پخش‌کننده آثار خارجی یا سریال‌ها و فیلم‌های قدیمی ایرانی بودند، به میدان آمدند و شروع به ساخت سریال‌های اختصاصی کردند. این روند کم‌کم فضا را به سمتی دیگر برد. پلتفرم‌های قدیمی آثار متوسط و حتی بسیار ضعیفی تولید می‌کردند و شروع به کار وی‌اودی‌های جدید مدام مخاطب را از این پلتفرم به پلتفرمی دیگر می‌کشاند. این اتفاق باعث شد مثلاً پلتفرمی با تبلیغات زیاد شروع به کار کند و پس از پخش یک سریال، در تاریخ محو شود. اما با وجود نبود برنامه‌ریزی درست، بازهم با نگاهی دقیق‌تر متوجه این واقعیت می‌شویم که این روزها انگار راه‌اندازی وی‌اودی‌ها بیشتر از محتوایی که قرار است منتشر شود، اهمیت پیدا کرده. از طرفی گردش‌های مالی در پلتفرم‌ها و قراردادهای مالی به نحوی است که بازیگران و کارگردان‌ها ترجیح می‌دهند سینما را رها کنند و نمایش خانگی از این سریال به آن سریال بروند و این نتیجه‌ای جز زوال سینما ندارد. همین چندماه پیش یک وی‌اودی با جشن رونمایی بزرگ و پرسوصدایی، شروع به کار کرد. سریالی پر از بازیگر را به عنوان اولین محصول خود روی خروجی سایت‌اش قرار داد و حالا که سریال به انتها رسیده، هیچ خبری از تولید محصول جدید نیست. همین چندروز پیش مجید مولایی یکی از تهیه‌کنندگان نمایش خانگی خودش اعلام کرد که وی‌اودی با دو سریال نمی‌تواند به حیات خود ادامه دهد. از طرفی از گوشه و کنار مدام خبر راه‌اندازی وی‌اودی‌های جدیدی می‌رسد که این‌بار نه افراد فعال در حوزه فرهنگ و سینما که از سرمایه‌داران حوزه‌های دیگر مثل مواد شوینده و لبنیات، به‌عنوان اسامی صاحبان پلتفرم‌ها نام برده می‌شود. اما واقعیت این است که با این حدود ۳۰ پلتفرمی که حالا به‌صورت فعال، نیمه‌فعال یا منفع‌ل در ایران وجود دارد، چقدر محتوای مناسب تولید می‌شود؟ بازی‌ها و رئالیتی‌شوهای آنقدر زیاد شده‌اند که دیگر کسی سراغ آنها نمی‌رود. سریال‌ها هم در ۱۰ یا ۱۲ محصولی که در هر سال عرضه می‌شود شاید یک یا دوتای آن قابل پیگیری باشند و تنها چیزی که این میان نادیده گرفته می‌شود، محتواست.

رسانه باید منتقد آثار نمایشی باشد نه پخش‌کننده آن

وقتی همین حالا بسیاری از رسانه‌های رسمی و غیررسمی با شروع هر سریال یا محصول نمایشی دیگر در پلتفرم‌ها، شروع به تعریف‌های اغراق‌آمیز از این محصولات می‌کنند، نقد آثار شبکه نمایش خانگی کم‌کم به حاشیه می‌رود. آن کسی که نقد درست می‌کند، در محاق است و آن کسی که روش‌های ویرال‌شدن را بهتر بلد است، در مرکز توجه و این چرخه عدم نقدپذیری محصولات شبکه نمایش خانگی را هر روز به سمت اشتباه‌تری می‌برد. حالا که خبر رسیده یک رسانه مشهور و وابسته به یک نهاد دولتی هم وی‌اودی خود را به راه انداخته، احتمالاً باید منتظر بود که این پلتفرم هم در ماه‌های آینده دست به تولید سریال یا محصولات منتظر بزند. تلویزیون همشهری با دست‌فرمانی درست شروع به کار کرد، با نقد سینما: هرچند مورد پسند خیلی‌ها نبود. اما کار رسانه همین است. اما وقتی رسانه خودش بشود تولیدکننده فیلم و سریال، دیگر چه کسی محصولات فرهنگی را نقد کند؟

خودمان هم می‌دانیم دیگر خیلی وقت است کسی نقد درست و حسابی بر یک سریال شبکه نمایش خانگی ننوشته است یا اگر نقدی هم وجود دارد در صفحات شخصی مجازی است. اما نباید فراموش کرد که نقد، اصلی‌ترین شاخص جهت رشد آثار هنری است. وکتاویو پاژ، منتقد مشهور مکزیک می‌گوید: «آنچه هنر مدرن را از هنر سنتی متفاوت کرده، نقد است.» یعنی آنچه باعث شده هنر در جامعه، هویتی تازه و متفاوت بیابد «نقد» است. اگر نقد آثار هنری نبود، میزان توجه جامعه به این آثار کمتر از آنچه شاهدیم، می‌شد. دقیقاً همان اتفاقی که این روزها درباره وی‌اودی‌ها شاهد هستیم.

سوسن سیرجانی

خبرنگار گروه فرهنگ

در روزهای اخیر خبر افتتاح یک پلتفرم نمایش خانگی با همان وی‌اودی جدید در مرکز توجه قرار گرفته. این وی‌اودی با نام همشهری تی‌وی به‌طور غیررسمی از بهمن‌ماه سال گذشته شروع به کار کرد و شب ۲۰ اردیبهشت‌ماه طی یک جشن به‌صورت رسمی از آن رونمایی صورت گرفت. اما پلتفرم نمایش خانگی همشهری، یکی از چند وی‌اودی است که طی چندماه اخیر راه‌اندازی شده. موج راه‌اندازی وی‌اودی‌ها بسیار بالا گرفته، حال آن‌که محتوای سرگرم‌کننده آنها با چالش‌های بزرگ محتوایی و حتی مالی روبه‌روست. بسیاری از وی‌اودی‌ها رونمایی و راه‌اندازی می‌شوند اما سرانجام مشخصی ندارند و این موضوع تبدیل به یک مسئله گیج‌کننده برای مخاطب خانگی شده است.

تولد یک وی‌اودی در دل یک روزنامه

در بهمن‌ماه سال گذشته و پیش از شروع جشنواره فیلم فجر خبر رسید که موسسه همشهری، اولین تلویزیون آنلاین رسانه‌ای کشور را افتتاح خواهد کرد. این تلویزیون اینترنتی در جریان برگزاری جشنواره شروع به کار کرد و پخش برنامه‌های آنلاین با موضوعات سینما و مباحث سیاسی و ورزشی را در مدت چند هفته کلیدزد. مین‌تقد این تلویزیون آنلاین با حضور مسعود فراسنی، به‌دلیل شیوه نقد همیشگی‌اش، به‌سرعت در فضای مجازی دست‌به‌دست شد و به شهرت این تلویزیون آنلاین تازه‌تأسیس بسیار کمک کرد. اما حالا با گذشت چندماه، این تلویزیون اینترنتی گسترش پیدا کرده و مجلات آنلاین به آن اضافه شده. در تازه‌ترین خبرها هم آمده که با حضور شهردار، رئیس شورای شهر و معاون رسانه‌ای وزیر ارشاد، اولین تلویزیون رسانه‌ای در شبکه نمایش خانگی شروع به کار کرد. این یعنی همشهری تی‌وی دیگر تنها یک بستر آنلاین برای پخش نشست‌های خبری و نقد سیاسی، فرهنگی و اجتماعی نیست و به جرگه وی‌اودی‌ها پیوسته است. حالا مخاطب می‌تواند از طریق سایت این تلویزیون آنلاین، سریال‌های تولیدشده در وی‌اودی‌های دیگر را با هزینه‌اشترک جداگانه تماشا کند. بخش محصولات فرهنگی این وی‌اودی تنها محدود به سریال‌ها نیست و فیلم‌های سینمایی و انیمیشن هم در دل آن جای دارد. البته همشهری تی‌وی هنوز فیلم و سریال خارجی دوبله‌شده را در بستر پخش خود قرار نداده و به محصولات تولید داخل اکتفا کرده است.

در دنیای وی‌اودی‌های ایرانی چه خبر است؟

وی‌اودی، کوتاه‌شده اصطلاحی انگلیسی با ترجمه ویدئویی به درخواست است. یعنی ویدئو درخواستی ضبط‌شده که یکی از مجموعه خدماتی است که از طریق اینترنت ارائه می‌شود. در وی‌اودی‌ها این امکان وجود دارد که کاربران و مخاطبان فیلم، سریال، مستند و برنامه‌های آموزشی را به انتخاب خود تماشا کنند. این شیوه در دنیای جدید یکی از محبوب‌ترین روش‌های عرضه محصولات فرهنگی است و شبکه‌های وی‌اودی بزرگی مانند نتفلیکس و اپل تی‌وی برای تولید فیلم و سریال، رقابت و جذب مخاطب برنامه‌های طولانی مدت و مدونی دارند.

وی‌اودی‌ها از میانه دهه ۱۳۹۰ به‌صورت رسمی در ایران کار خود را شروع کردند. اما شیوع بیماری کرونا در اواخر این دهه به این بسترهای پخش کمک کرد تا طی چندماه به محبوب‌ترین بخش فرهنگی زندگی ایرانی‌ها تبدیل شوند. در ابتدا تنها دو وی‌اودی مشهور وجود داشت و کوچ هنرمندان از سینما و تلویزیون به این پلتفرم‌های نمایش خانگی، خود تبدیل به یک موضوع بسیار قابل توجه شد. بعد از مدتی دو وی‌اودی اصلی به‌دلیل مسائل به‌صورت مستقل شروع به ساخت سریال کردند و فضای رقابتی با این که برای مخاطب گیج‌کننده بود، اما در اول مسیر به‌بالافتن کیفیت آثار این پلتفرم‌ها کمک کرد. از خبرهای پشت پرده وی‌اودی‌ها این طور به نظر می‌رسد که خود افرادی هم که در تلاش برای راه‌اندازی وی‌اودی‌ها و ساخت سریال در این پلتفرم‌ها

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: غلامحسین کرباسچی

مشاوران: عباس عیدی و احمد زیدآبادی

سر دبیر: محمدجواد روح • معاون سردبیر: مهرداد خدیر • دبیر آنلاین: شبنم رحمتی
دبیران گروه‌ها: فرزانه طهرانی (اقتصاد) • آرمن 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

چهره

چهره ماندگاری که همیشه معلم بود

امروز سال‌روز درگذشت پرویز شهریاری است؛ ریاضی‌دان، مترجم، نویسنده، معلم، روزنامه‌نگار و فعال سیاسی. معلمی که دوم آذرماه ۱۳۰۵ در محله فقیرنشین دولت‌خانه کرمان، در خانواده‌ای زرتشتی زاده شد. کودکی‌اش با سختی‌های معیشتی و فقدان زودهنگام پدر گره خورد. مادرش با نخبیسی و او با کارهایی چون بنایی و چاه‌کشی، به گذران زندگی کمک کردند. باین‌حال تحصیل را رها نکرد و در سال ۱۳۳۲ در رشته لیسانس ریاضی فارغ‌التحصیل شد. شهریاری معلمی را از ۱۵ سالگی آغاز کرد و تا پایان عمر، حتی زمانی که در زندان بود، به آموزش وفادار ماند. ۴۰۰ کتاب در ریاضیات، تاریخ، فلسفه و ادبیات نوشت یا ترجمه کرد و بیش از همه این‌ها معلم بود و برای آموزش علم تلاش کرد. تأسیس دبیرستان خوارزمی، مدرسه مرجان، انتشارات خوارزمی و سردبیری نشریاتی چون «چیستا» و «دانش و مردم»، از خدمات ماندگار شهریاری است. او در سال ۱۳۸۴ چهره ماندگار کشور در آموزش ریاضیات شناخته شد. شهریاری ۲۲ اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۱ در ۸۶ سالگی در تهران چشم‌بر جهان فرو بست.



کتابخانه

کنکاش در پیشینه ایزدبانوی آب

کتاب «آناهیتا» (روایت پیدایش و پذیرش ایزدبانوی آب) نوشته مانیا سعدی نژاد با ترجمه فاطمه شاداب و با قیمت ۲۵۰ هزار تومان توسط انتشارات ققنوس منتشر شده است. «آناهیتا» (روایت پیدایش و پذیرش ایزدبانوی آب) به بررسی تغییر و تحولات این ایزدبانو می‌پردازد که قدمت‌اش به حدود ۵۰۰۰ سال ق.م بازمی‌گردد. مردمان نیاهندواروپایی، آناهیتا را در مقام ایزدبانوی آب می‌پرستیدند. میان آناهیتا و سایر ایزدبانوهای آب شباهت‌های زیادی وجود دارد که در سراسر اروپا می‌توان در کنار رودهای بزرگ ردپای‌شان را یافت. با کوچ نیاهندواروپاییان به فلات ایران، به‌دنبال رویارویی‌های فرهنگی و بازرگانی و گاه صلاح‌دیدهای سیاسی حاکمان، آناهیتا ویژگی‌های ایزدبانوهای (از قبیل ایشتر، اینانا و...) را پذیرفت که مردمان ساکن فلات ایران از جمله عیلامی‌ها و بابلی‌ها پیش‌تر می‌پرستیدند. هدف این کتاب بررسی این تغییرات و مطالعه ارتباط آناهیتا با سایر ایزدبانوهای آب، افسانه‌ها و اسطوره‌های مربوط به آب (از جمله ازدها و منجی) است.



آناهیتا

نویسنده:

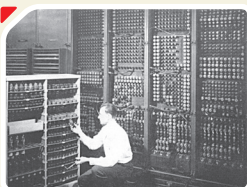
مانیا سعدی نژاد

مترجم: فاطمه شاداب

انتشارات: ققنوس

تاریخ

ساخت اولین رایانه خودکار



نخستین رایانه عملیاتی کاملاً خودکار قابل برنامه‌ریزی جهان، با نام Z3 در ۱۲ مه ۱۹۴۱ به‌دست کنراد تسوزه در برلین تکمیل نهایی شد و بدین ترتیب نام این مهندس عمران به‌عنوان مخترع کامپیوتر ثبت شد. البته

در برخی منابع کامپیوتری به‌نام Harvard Mark ۱ به‌عنوان اولین کامپیوتر دیجیتالی اتوماتیک معرفی شده است. این کامپیوتر را هوارد آیکن به همراه گروهش در سال‌های ۱۹۳۹ تا ۱۹۴۴ در آمریکا ساخت. در مقابل دسته‌ای دیگر از کارشناسان بر آن هستند که اولین کامپیوتری که قابلیت کنترل و برنامه‌نویسی با زبان‌های برنامه‌نویسی را داشت، همین Z3 است. تسوزه، اولین کامپیوتر خود را به‌نام Z1 در سال ۱۹۳۸ ساخته بود که البته قابلیت برنامه‌نویسی نداشت. او در دوران تحصیل سه بار رشته تحصیلی‌اش را تغییر داد. خودش می‌گفت، بین مهندس شدن و هنرمند شدن، مردد است. به هر روی او هم به نقاشی گرایش پیدا کرد و در مقطعی از زندگی با فروش آثار هنری امرار معاش می‌کرد، هم در رشته مهندسی عمران و شهرسازی درس خواند و هم در نهایت در زمینه علوم رایانه‌ای شهرت جهانی پیدا کرد. Z3 ساخت او البته در جریان بمباران متفقین نابود شد.