

• صاحب امتیاز و مدیرمسئول: غلامحسین کرباسی • مشاوران: عباس عبدی و احمد زیدآبادی • سردبیر: محمد جواد روح • سردبیر آنلاین: افشین امیرشاهی • معاون سردبیر: مهرداد خدیج • دبیران گروه‌ها: فرزانه طهرانی (اقتصاد) • آرمین منتظری (دیپلماسی و بین‌الملل) • علی ورامینی (رسانه و فرهنگ) • سمیه متقی (سیاست) • الفه ابراهیمی (خبر) • آرش خاموشی (عکس) • هادی حیدری (طرح و کاریکاتور) • مدیر هنری: مهدی قربانی تبار • حرفه‌ی نو ویراستاری: شهرام هادی • مدیر اداری و آگهی‌ها: شاهرخ حیدری • تلفن روابط عمومی: ۸۸۷۴۹۳۰۰ • تحریریه: ۸۸۷۳۰۲۹۱ • آگهی‌ها: ۸۸۷۳۵۲۰۷ • نشانی: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوازدهم، پلاک ۱۸ • لیتوگرافی و چاپ: هم‌میهن • توزیع: نشر گستر امروز نوین • تلفن: ۰۲۱-۹۱۳۰۴۱۴۲

صداوسیما شعار می‌فرود



عبدالجواد موسوی

شاعر و روزنامه‌نگار

ماجراهای سه برابر شدن بودجه صداوسیما را لابد شما هم شنیده‌اید. البته که کار از تعجب، حیرت و این حرف‌ها گذشته. پاسخگویی هم که شوخی بی‌مزه‌ای است که تکرارش حال همه را بد می‌کند اما برای خودمان می‌گوئیم. یعنی با هم درد دل می‌کنیم. صداوسیما به کسی پاسخگو نیست. نباید هم باشد. اصلاً چه معنی دارد پاسخگویی؟ پاسخگویی متعلق به جایی است که در آن حق انتخاب، سندیکا، حزب و رسانه‌های آزاد وجود دارد. صداوسیما مثل خیلی چیزهای دیگر در این سرزمین آتش کسک خاله است. بخوری و نخوری، ببینی و نبینی، هیچ فرقی نمی‌کند و باید هزینه‌اش را بدی. فقط نکته جالب اینکه هر نهادی که در این سال‌ها بیشتر شعار ساده‌زیستی، صرفه‌جویی و اقتصاد مقاومتی سر داده، از مواهب بیشتری برخوردار بوده. یعنی برای حفظ ظاهر هم که شده، نگفتند حداقل یکسری چیزها را رعایت کنیم. خیلی غلنی و با اعتمادبه‌نفس بودجه‌های‌شان را افزایش می‌دهند و همچنان با صدای بلند، دم از عدالت‌طلبی و مبارزه با استکبار جهانی و مدبرسانان به مظلومان جهان می‌زنند. حکایت غریبی است. آنچه محور و معیار است مثل تمام این سال‌ها شعار است و لاغیر. اصلاً مهم نیست شما چقدر بریز و بپاش می‌کنید و پول بیت‌المال را چگونه هدر می‌دهید و اصلاً خروجی تلاش‌های‌تان از چه کیفیتی برخوردار است. خیر. مهم این است که خوب بلندی شعار بدهید یا نه. تنها معیار برای پیشرفت، برای باقی ماندن و برای محبوب‌ماندن، همین شعار است. هر که بلند باشد بهتر شعار بدهد، توفیقات بیشتری کسب خواهد کرد؛ حالا چه رئیس فدراسیون فوتبال باشد، چه رئیس سازمان عریض و طویلی به نام صداوسیما. چندروز پیش برنامه «به افق فلسطین»، شخصی را دعوت کرده بود تا از مظلومیت مردم بی‌پناه غزه سخن بگوید. برای مردم غزه دوچندان کباب شد. آن بزرگوار که چندسالی بود توفیق زیارتش را از دست داده بود، از حیث ظاهر ۱۸۰ درجه تغییر کرده بود. تا این جایش نه به من که به هیچ‌کس مربوط نیست. آدمیزاد است و دوست دارد و حق دارد تغییر کند، اما چیزی که جالب بود اینکه از آغاز برنامه شروع کرد به شعار دادن و اینکه، من چنین کردم و چنان و تا توانست با لحن طبلکارانه سعی کرد مشکل همه پروژه‌هایی را که در این سال‌ها به‌منوی نتوانسته بود به مرحله اجرا برساند، حل کند. مجری برنامه هم مدام تشویقش می‌کرد که بگو، ترس و ادا شده. انگاری تلویزیون ملک شخصی آنهاست و هر کسی که پا در دایره شعار و دفاع از ارزش‌ها گذاشته، حق دارد بارها لحنی، هر موضوعی را طرح کند. حتی یکبار مجری محترم نگفت دیگران هم حق دارند ببینند و درباره آنچه تو طرح می‌کنی، حرف‌های‌شان را بزنند. دادگاه یک طرفه‌ای برگزار شده بود و هر کس پروژه‌های آن بزرگوار را به مرحله اجرایی نرسانده بود، مقصر بود. بازیگر هم طوری صحبت می‌کرد که همه آن‌ها که با طرح‌های او مخالفت کرده بودند، مأموران مخفی موساد در ایراند و از طرح مسائل ارزشی و عدالتخواهانه، جلوگیری می‌کنند. مخاطب بی‌خبر از همه‌جا احتمالاً چاره‌ای نداشت جز آنکه آن حرف‌ها را باور کند. مجری محترم حتی نگفت، شاید آن طرح‌ها کیفیت لازم را نداشتند. همه کسانی که مانع اجرای آن برنامه‌ها شده بودند، پیشاپیش محکوم بودند. چقدر دلم برای بچه‌های معسوم غزه سوخت. آن‌ها در ظلمت، وحشت، محاصره، گرسنگی و تشنگی باید روزگار می‌گذراندند و اینجا دوست عزیز در فکر این بود که چگونه می‌تواند طرح‌های نیمه‌کاره و ناقص را به انجام برساند. همه این‌ها هم بخورد توی سرشان، ای کاش در کنار آن حرف‌ها که دو پول سیاه هم نمی‌ارزید، دو کلمه حرف حساب هم می‌شنیدیم. دروغ از یک کلمه حتی.

این‌ها را از بیاب مثال گفتم، اما در بقیه بخش‌های صداوسیما هم اوضاع بر همین منوال است. نگویید بی‌انصافی می‌کنی. قطعاً در این سازمان عریض و طویل، آدم‌های شریف و کاربلدی هم وجود دارند که دارند کارشان را بی‌اعتنا به این سیاست‌بازی‌ها انجام می‌دهند و خوب هم انجام می‌دهند. اما آنچه در نظر بودجه‌تصویب‌کنندگان و بودجه‌دهندگان معیار است، همین مثالی است که زدم. شعار دادن و به‌ظاهر از ارزش‌های مورد نظر دفاع کردن. اصلاً هم مهم نیست که آن شعارهای مثلاً در دفاع از ساده‌زیستی، هیچ ربطی به آگهی‌های تلویزیونی که هجو عدالت‌طلبی و ساده‌زیستی است، ندارد. اصلاً هم مهم نیست که تلویزیون روزبه‌روز دارد از مخاطبانش کاسته می‌شود و اگر برنامه‌ای به شبکه‌های مجازی راه پیدا کند، کثیری از مردم اصلاً از ساختن آن برنامه‌ها مطلع نمی‌شوند. مهم این است که شعار، قیمت بالایی دارد و این را صداوسیما می‌داند. خیلی خوب می‌دانند.



به نفع سلطنت کم‌دی

بررسی اظهارات مدیرکل اداره نظارت بر نمایش سازمان سینمایی که از اصلاح و به‌روزرسانی آیین‌نامه اکران خبر داده است

شنیده‌ها حاکی از آن است که با اصلاح و به‌روزرسانی مورد اشاره روح‌الله سهرابی، مدیرکل اداره نظارت بر نمایش سازمان سینمایی در آیین‌نامه اکران، آثار سینمایی به مدت ۷ هفته روی پرده سینما خواهند بود و اگر از فروش خوبی برخوردار بودند، ۷ هفته دیگر به اکران خود ادامه خواهند داد و بعد از این دو هفته، اگر همچنان فروش‌شان خوب باشد، اکران آن‌ها در پردیس‌های شش‌ساله به‌بالا، ادامه پیدا خواهد کرد. ناخوانده‌پیدا است که در این میان فیلم‌های کم‌دی مورد اقبال قرار گرفته که همواره با انتقاداتی از سوی بخشی از اهالی سینما همراهند و آسان‌تر و بی‌دغدغه‌تری می‌توانند به اکران خود ادامه دهند.

کم‌دی‌هایی که اجتماعی‌ها را می‌بلند

محرم‌رضا لطفی، کارگردان سینما و منتقد، در پاسخ به اینکه به‌نظرتش نظام‌نامه اکران سینمای ایران با چه مشکلاتی مواجه بود و انتظار این است که با اصلاح و به‌روزرسانی آیین‌نامه اکران، شاهد چه تغییر و تحولاتی باشیم؟ به «هم‌میهن» گفت: «آن‌چه هم‌اکنون در حوزه اکران سینمای ایران شاهد آن هستیم، کاملاً با آیین‌نامه اکران متفاوت است. پس چیزی که اهمیت دارد، نه صرف آیین‌نامه که خروجی آن است. سینمای ایران را در غیاب سبده متنوع از فیلم‌های گوناگون، می‌توان شامل چهار گونه‌ی سینمایی دانست. چهار گونه‌ی سینمایی قابل‌تفکیک شامل: آثار کم‌دی، ارگانی، اجتماعی و هنری یا اکسپریمنتال و تجربی است. در این میان بیشترین افتخار حاصل اکران دو گونه آخر؛ اجتماعی و هنری بوده است. با این حال این دو گونه سینمایی به‌واسطه اتفاقاتی که در حال رخ‌دادن است - از جمله گران‌شدن فرآیند تولید به‌واسطه ورود بی‌رویه تهیه‌کنندگان کاربلد و کنار گذاشته‌شدن تهیه‌کنندگان کاربلد - توسط گونه کم‌دی بلعیده شده‌اند. ضمن اینکه سخت‌گیری‌های اعمال شده بر فیلم‌های اجتماعی در کنار تحولات رخ‌داده در سال‌های اخیر، موجب جاماندن آثار این گونه سینمایی از جامعه شده است و عملاً دیگر چیزی به‌نام سینمای اجتماعی وجود ندارد. مجموع این اتفاقات موجب شده است دو گونه مهمی که موجب افتخار سینمای ایران بودند، روزبه‌روز بیشتر کنار گذاشته شوند. ضمن اینکه تأکید می‌کنم من به‌هیچ‌عنوان مخالف اکران فیلم‌های کم‌دی نیستم و معتقدم، این فیلم‌ها صنعت سینمای ایران را می‌چرخاند اما کنار گذاشتن دو گونه‌ای که وجاهت سینمای ایران در گرو آن‌ها بود و بر صدر نشانند گونه کم‌دی، قطعاً برای سینمای ایران آسیب‌زا است.»

لطفی با اشاره به دو گونه دیگر: آثار کم‌دی و ارگانی، ادامه داد: «فیلم‌های ارگانی که تکلیف‌شان روشن است و نه مخاطب و نه فروش، هیچ کدام برای‌شان اهمیتی ندارند و اصطلاحاً در موردشان از عبارت «سود در تولید» استفاده می‌کنند. به این معنا که تولیدکنندگان این قبیل فیلم‌ها سودشان را از پروسه تولید می‌برند و این آثار را تنها به این دلیل تولید می‌کنند که نهادهایی مانند بنیاد سینمایی فارابی، حوزه هنری، مؤسسه تصویر شهر، مؤسسه اوج و... بیلابتی برای خود تهیه و به بالادستی‌های‌شان ارائه دهند. در این میان آن‌چه باقی می‌ماند سینمای کم‌دی است که با توجه به حذف گونه‌های دیگر و در پی قیچی محض، عملاً موجب شده است بخشی از مخاطب سالن سینما را با استندآپ حسن ربیوندی یکسان بیندارند. این در حالی است که مخاطب آثار سینمایی زمانی به سالن سینمای ایران رفت تا یا احساس خوب شود یا به فکر فرار و پرونده و فیلمی که هر دو را با هم انجام داده بود، گل‌را می‌زند، ولی مخاطبی که اکنون به سالن سینما می‌رود، مخاطبی است که از آن سوبه تماشای تئاتر آزاد و کنسرت حسن ربیوندی می‌شنیند. این روند، خروجی اکران ماست و به‌نظر من با این خروجی، هر آیین‌نامه‌ای هم که نوشته شود و هر اصلاح و تغییری هم که در آیین‌نامه پیشین صورت گیرد، سود و ثمری برای این سینمای اسپریشده در میان دو گونه کم‌دی یا ارگانی نخواهد داشت.»

در هر صورت «اصلاح و به‌روزرسانی آیین‌نامه اکران» نیازمند عزم و اراده‌ای جدی برای ایجاد تغییر در خروجی مورد اشاره است. اینکه آیا چنین عزم و اراده‌ای وجود دارد یا نه، نیازمند گذر زمان است؛ هر چند تجربه زیسته دست‌اندرکاران سینما نشان می‌دهد که همه این‌ها معمولاً در حد حرف باقی می‌مانند و به مرحله اجرایی‌ نمی‌رسند.

نرگس کیانی
خبرنگار گروه فرهنگ

طبق ماده ۲۵ نظام‌نامه اکران سینمای ایران مصوب ۲۵ فروردین‌ماه ۱۴۰۰، سقف زمان اکران یک فیلم در سرگروه‌ها در شش‌ماه اول سال، ۹ هفته و در شش‌ماه دوم سال، ۸ هفته است. در تبصره این ماده آمده است، پس از پایان اکران فیلم در سرگروه، اثر حداکثر تا ۵ هفته دیگر در سایر سینماها قابل نمایش است و ادامه اکران فیلم در سینماها با حداقل ۷ سال، همچنین در سالن‌های صبح یا فوق‌العاده سینماها با مانع است. حالا از قرار معلوم ظاهراً تغییری در این نظام‌نامه از جمله در سقف زمان اکران به‌وجود خواهد آمد. تغییری که روح‌الله سهرابی، مدیرکل اداره نظارت بر نمایش سازمان سینمایی، در تازه‌ترین جلسه شورای صنفی نمایش که روز یکشنبه، هشتم بهمن‌ماه با حضور همایون اسعدیان (رئیس شورای صنفی نمایش)، محمداحمدی (نماینده تهیه‌کنندگان)، حبیب اسماعیلی (نماینده پخش‌کنندگان)، رضا سعیدی پور و سجاد نوروزی (نماینندگان انجمن سینماداران)، سیدعلی طباطبائی‌نژاد (کارشناس امور اکران) و مصطفی کمیجانی (معاون اداره نظارت سازمان سینمایی) برگزار شد، در مورد آن چنین گفت: «با توجه به تعداد و تنوع آثار سینمایی تولیدشده در یکسال اخیر و رقابت‌تنگ‌تنگ قابل‌پیش‌بینی در این عرصه و به‌منظور حمایت از همه آثار روی پرده و توسعه عدالت فرهنگی، لازم است با اصلاح و به‌روزرسانی آیین‌نامه اکران، شرایط مناسب برای نمایش فیلم‌ها با در نظر داشتن اقتصاد سینما از سویی و عدالت در اکران از سویی دیگر، فراهم کنیم.» تماس با حاضران در این جلسه برای صحبت در مورد اینکه «اصلاح و به‌روزرسانی آیین‌نامه اکران» شامل چه مواردی است، به ارجاع داده‌شدن مان به همایون اسعدیان، ختم و به عدم پاسخگویی اسعدیان منتهی شد. با این حال شنیده‌ها حاکی از تغییر در سقف زمان اکران است. اتفاقی که به‌گفته محرم‌رضا لطفی، کارگردان سینما و منتقد در نهایت به نفع فیلم‌های کم‌دی است. زائری که این روزها سینمای ایران را قبضه کرده و اگر هم خبر می‌آید که در فاصله دو ماه مانده به پایان سال، طبق اطلاعات ثبت‌شده در سامانه سمفا، فروش سینمای ایران مرز ۹۶۰ میلیارد تومان را رد کرده است، نیمی از این فروش برای دو فیلم کم‌دی است و سهم سینمای اجتماعی و تجربی در این میان، بسیار اندک است و سینمای ارگانی هم که به لطف حمایت‌های دولتی، به‌ر حال راه خود را می‌رود.

هزار میلیاردی شدن با عدم عمل به آیین‌نامه

برخی دست‌اندرکاران اکران فیلم در ایران معتقدند، آیین‌نامه پیشین اکران، تنها نوشته‌ای روی کاغذ بوده و منافع فیلمسازان و سینماداران در سال جاری، در عدم اجرای آیین‌نامه بوده است و اگر قرار بود که به آن عمل شود، سینمای ایران به‌هیچ‌عنوان رنگ‌فروش هزار میلیاردی را نمی‌دید. چرا که به‌عنوان مثال «فسیل» باید ظرف بازه زمانی حداکثر سه‌ماهه از پرده سینما برداشته می‌شد در حالی که این گونه‌نشدن اکران «فسیل» از ۲۴ آگوست ۱۴۰۱ تاکنون همچنان ادامه دارد. این اظهارنظرها تا آنجا پیش می‌رود که برخی معتقدند، اگر قرار بود آیین‌نامه اکران فعلی اجرایی شود، باید در سینمای ایران تخته می‌شد؛ چون آیین‌نامه‌ی واقع‌بینانه‌ی نیست و به‌شکلی کلی، در مورد سقف نمایش همه آثار بی‌توجه به ژانر آن‌ها و بی‌توجه به اقبال عمومی نسبت به آن‌ها تصمیم‌گیری می‌کند. نکته دیگری که این دست‌اندرکاران به آن اشاره می‌کنند، تعدد سالن‌های سینما به‌عنوان مثال در سطح شهر تهران به‌واسطه بازگشایی سالن‌های متعدد سینمایی است که خواه‌ناخواه معذوبت کم‌پولان تعداد سالن‌های سینما و الزام به جایگزینی آثار جدید با آثار قبلی را از میان برمی‌دارد. پرسش این دست‌اندرکاران در مقابل محدودیت سقف زمان اکران در آیین‌نامه پیشین این است که در طول یکسال مگر چند تعداد فیلم با اقبال عمومی مواجه می‌شوند و چرا باید با دست خود برای همین تعداد کم، محدودیت ایجاد کرد؟

کتابخانه

هر کجا از انسان نشانی باشد، پرستار هم هست

«تاریخ پرستاری»، نوشته لیزابت کریگ، با ترجمه فاطمه شاداب، در ۱۲۸ صفحه و با قیمت ۱۲۰ هزار تومان منتشر شده است. «تاریخچه پرستاری» داستانی طولانی، رنگارنگ و معمولاً سرشار از احساسات مهیج است. نقش مراقبت از بیماران، افراد زخمی، فقرا و بینوایان همواره بخشی از زندگی انسانی از زمان پیدایش جوامع انسانی اولیه بوده است. نقش پرستار در دوره معاصر همچنان رو به گسترش است و صدها عملکرد از جمله در آموزش بهداشت، ترویج بهداشت و سلامت و پژوهش‌های پیشگام را به‌عهده دارد و به‌علاوه نقش سنتی خود را همچون مراقبت از افراد بیمار، مجروح و در حال مرگ نیز ادامه می‌دهد. در قرن بیست‌ویکم و با پیشرفت جوامع انسانی، نقش پرستاران مؤثرتر، مستقل‌تر و ارزشمندتر از پیش شده است. هر کجا از انسان نشانی باشد، پرستار هم حضور دارد. این کتاب اطلاعات دقیق و کافی در زمینه تاریخ پرستاری در اختیارمان قرار می‌دهد.



تاریخ پرستاری

نویسنده:

لیزابت کریگ

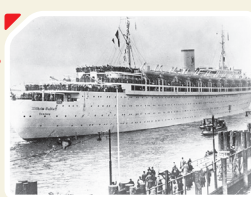
مترجم:

فاطمه شاداب

انتشارات: ققنوس

تاریخ

غرق شدن کشتی گوستلوف



ویلهلم گوستلوف (Wilhelm Gustloff)، نام کشتی مسافربری ۱۰ طبقه آلمانی بود که در روزهای آخر جنگ جهانی دوم (۳۰ ژانویه ۱۹۴۵) در حالی که مشغول تخلیه مهاجران غیرنظامی، سربازان و

زخمی‌های جنگ بود، مورد هدف ۳ اژدر روسی قرار گرفت و غرق شد. در این رویداد نزدیک به ۹۴۰۰ نفر جان خود را از دست دادند. جنگ جهانی دوم دریاها را نیز به عرصه درگیری گسترده‌ای تبدیل کرده بود و طرف‌های متخاصم از هر فرصتی برای ضربه‌زدن به دشمن استفاده می‌کردند. ابعاد تلفات این فاجعه اما تا آنجاست که هنوز غرق شدن این کشتی، پرتلفات‌ترین فاجعه دریایی تاریخ بشر قلمداد می‌شود و هنوز هیچ‌کس نتوانسته است کشتاری وسیع‌تر از آن در دریا به‌راه بیندازد. کشتی گوستلوف، بدون کشتی محافظ، در دریای بالتیک به حرکت درآمد و پس از حمله، ظرف ۴۵ دقیقه غرق شد. هفت‌ساعت پس از غرق شدن کشتی، به‌طور غیرمنتظره‌ای در میان صدها جسد، در یک قایق نوزادی در پتو پیچیده شده، پیدا شد که آخرین مسافر نجات‌یافته از کشتی بود. بچه توسط یکی از ملوانان که مردم را نجات داد، به فرزندخواندگی پذیرفته شد.

بازتاب

جوابیه‌ای به یادداشت «اینترنت لب مرگ»

وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در پی چاپ مطلبی در تاریخ ۳۰ دی‌ماه ۱۴۰۲ در روزنامه هم‌میهن با عنوان «اینترنت لب مرگ»، جوابیه‌ای ارسال کرده است که در ادامه می‌آید:

در بخشی از این مطلب به وعده رئیس‌جمهور برای گسترش اینترنت و رایگان کردن اینترنت اشاره شده که در خصوص این وعده‌ها باید اشاره کرد، تخصیص اینترنت رایگان به سه دهک پایین جامعه در سال گذشته، همچنین ایجاد پوشش اینترنت در ۶ هزار روستای دورافتاده، بخشی از اقداماتی است که در دولت سیزدهم برای تحقق این وعده‌ها انجام شده است. ضمن آنکه به‌استناد سخنان وزیر محترم ارتباطات و فناوری اطلاعات در حیطات دولت در حال حاضر یافتن راهکارهایی برای ارائه اینترنت رایگان برای دهک‌های پایین جامعه در شرایط حاضر در دست بررسی است. در بخش دیگری از این مطلب به موضوع افزایش حدود ۳۰ درصدی تعرفه‌های اینترنت به بهانه نامه چند شرکت انحصاری توزیع اینترنت اشاره شده که در این خصوص باید عنوان کرد، با توجه به افزایش روزافزون استفاده از شبکه، افزایش هزینه‌های اپراتورهای همراه به‌دلیل وابستگی تجهیزات به نرخ ارز و از طرفی عدم افزایش قیمت داده همراه طی این سال‌ها، اپراتورهای تلفن همراه جهت حفظ شبکه موجود و ارتقای کیفیت، درخواست افزایش قیمت اینترنت در چارچوب مصوبات را از سال گذشته ارائه دادند تا با افزایش درآمد ناشی از آن، اقدامات لازم در راستای ارتقاء صورت پذیرد.