



ایران

• صاحب امتیاز:

خبرگزاری جمهوری اسلامی

• مدیر مسئول:

صادق حسین جابری انصاری

• سردبیر:

هادی خسروشاهین

مؤسسه فرهنگی- مطبوعاتی ایران

• رئیس هیات مدیره: صادق حسین جابری انصاری

• مدیرعامل: علی متقیان

• تلفن: ۸۸۷۶۱۷۲۰ • فاکس: ۸۸۷۶۱۲۵۴ • ارتباط مردمی: ۸۸۷۶۹۰۷۵ • امور مشترکین: ۸۸۷۴۸۸۰۰

• پیامک: ۳۰۰۴۵۱۲۱۳ • روابط عمومی: صندوق پستی: ۱۵۸۷۵۰۵۳۸۸

• نشانی: تهران خیابان خرمشهر، شماره ۲۰۸ • توزیع: نشر گستر امروز • چاپ: چاپخانه‌های همشهری و مؤسسه جام جم

• سازمان آگهی‌های روزنامه ایران: دارندۀ گواهینامه ایزو ۹۰۰۱ از شرکت NISCERT

• پذیرش سازمان آگهی‌ها: ۱۸۷۷ • انتشارات مؤسسه فرهنگی- مطبوعاتی ایران: ۸۸۵۰۴۱۱۳



نقل قول

وقتی تئاتر تنها به بازیگر چهره اکتفا کند مسأله متفاوت است!

برخی کارگردان‌ها بیشتر از اینکه بخواهند ببینند نقش به چه کسی می‌خورد و چه بازیگری برای آن شخصیت مناسب است، فقط به وجه اقتصادی و مارکتینگ آن نگاه می‌کنند. یعنی ممکن است بازیگری صرفاً به دلیل چهره بودن و یا داشتن فالوئر بیشتر انتخاب شود، نه به این دلیل که بهترین انتخاب برای آن نقش است. این بحث دیگری است. یعنی بازیگر چهره می‌تواند باشد، اما کیفیت هم باید حفظ شود. این درست است ولی اگر فقط به بازیگر چهره اکتفا کنید، مسأله متفاوت می‌شود.

مرز اینجا مشخص می‌شود که حضور بازیگر چهره را نمی‌توان به خودی خود زیر سؤال برد، اما وقتی «چهره بودن» جای انتخاب درست بازیگر و کیفیت اثر را بگیرد، مسأله تغییر می‌کند.

از صحبت‌های ابراهیم امینی، نویسنده و کارگردان با صبا



روایت «ترکس آبیار» از مسیر دشوار فیلمسازی خودآموخته

آیین رونمایی از سه کتاب پرتیر دربارۀ حمید نعمت‌الله، ترکس آبیار و محمد متوسلانی در موزه سینما برگزار شد. آبیار در این مراسم با بیان اینکه دوره‌ای برای فیلمسازی نگذرانده، گفت: تمام تجربه‌هایش را با چنگ و دندان خودآموخته توصیف کرد که از مسیر نویسندگی و مستندسازی وارد کارگردانی شده و در کتاب تازه‌اش، تجربیات دوران کودکی تا کارگردانی‌اش را روایت کرده‌است. آبیار تأکید کرد، فیلمسازی مسئولیتی است که فیلمساز حتی پس از مرگ نیز بدوش می‌کشد. **امهر**



«پنه‌لویه کروز» در آستانه یک رکورد تاریخی در اسکار

پنه‌لویه کروز با سه فیلم «توپ سیاه»، «دعوت» و «پناهگاه» وارد فصل جوایز اسکار شده و شانسی کسب دومین اسکار بازیگری‌اش را دارد؛ ۱۷ سال پس از اولین جایزه‌اش برای «ویکی کریستینا بارسلونا». مهم‌ترین فرصت او فیلم «پناهگاه» ساخته فلوریان زلر است که برای کروز و همسرش خاویر باردِم نوشته شده. تغییر تازه قوانین آکادمی که امکان نامزدی همزمان یک بازیگر با دو نقش را فراهم کرده، می‌تواند شرایط کروز را در این دوره کاملاً متفاوت رقم بزند. **اخبار آنلاین**



«محسن کبیایی» در «قبض روح»

محسن کبیایی و پوریا رحیمی سام با بازی در نمایش کمدی «قبض روح» به کارگردانی علی احمدی روی صحنه می‌روند؛ اثری که پس از همکاری قبلی این دو در نمایش «پیرونی برای دیکتاتور» شکل گرفته است. رحیمی سام که کار خود را با تئاتر آغاز کرده، پس از سال‌ها دوری از صحنه با این نمایش بازمی‌گردد. او پیش‌تر در آثاری چون «سه خواهر» و به کارگردانی حسن معجونی و «دۀ سال تنهایی» به کارگردانی اشکان خطیبی بازی کرده است. **ايسنا**

در مراسم چهل‌م زنده‌یاد اکبر عبدی و با حضور جمعی از هنرمندان مطرح شد

تندیس تا جشنواره؛ تلاشی برای ماندگاری یک میراث هنری



عبدی، از چپ



مراسم چهل‌م

اکبر عبدی

بیش از آنکه

درباره پایان

زندگی او

باشد، درباره

میراثی بود

که از خود به

جا گذاشت؛

میراثی

متشکل از

نقش‌ها،

خاطرات،

روابط انسانی

و تأثیری که

بر مخاطبان

و همکارانش

گذاشت

ماندگار اشاره کرد. برخی بازیگران با پایان فعالیت یا حتی مرگ، از ذهن مردم حذف نمی‌شوند زیرا نقش‌ها و شخصیت‌هایی که خلق کرده‌اند، بخشی از خاطرات شخصی و اجتماعی مخاطبان شده است.

از «مادر» تا خاطرات چند نسل
یکی از نکات قابل توجه مراسم، تأکید سخنرانان بر پیوند عبدی با خاطرات جمعی مردم بود. اکرم محمدی، بازیگر سینما و تلویزیون، با یادآوری همکاری خود با عبدی در فیلم «مادر»، از اثری سخن گفت که پس از گذشت حدود چهار دهه همچنان برای مخاطبان و بازیگرانش خاطره‌انگیز است. «مادر» نمونه‌ای از آثاری است که تنها به زمان تولید خود محدود نمانده و در حافظه فرهنگی مخاطبان باقی مانده است. بنابراین حضور عبدی در چنین آثاری سبب شده

بخشی از تجربه فرهنگی چند نسل را شکل داده است.

زنده‌یاد عبدی فراتر از نقش‌هایی که بازی کرد

اکبر عبدی در طول چند دهه فعالیت هنری، نقش‌های متنوعی ایفا کرد و توانست خود را به عنوان یکی از چهره‌های ماندگار بازیگری در سینمای ایران تثبیت کند. محبوبیت او تنها به موفقیت تجاری آثارش وابسته نبود، بلکه توانایی‌اش در خلق شخصیت‌های متفاوت و برقراری ارتباط مستقیم با مخاطب، جایگاه ویژه‌ای برای او ایجاد کرد.

«کانونش عیاری» در این مراسم با اشاره به اینکه عبدی به بخشی از خاطره جمعی ایرانیان تبدیل شده است، در واقع به یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های هنرمندان

مراسم چهل‌م زنده‌یاد اکبر عبدی، شامگاه شنبه ۱۴ شهریور با حضور جمعی از هنرمندان، دوستان، همکاران و اعضای خانواده این بازیگر برگزار شد. آیینی که در آن، بیش از آنکه بر پایان زندگی یک هنرمند تأکید شود، بر تداوم حضور او در خاطره مردم و فرهنگ عمومی ایران تأکید شد. حضور چهره‌های شناخته‌شده سینما و تلویزیون و روایت‌هایی که از شخصیت و کارنامه عبدی ارائه شد، نشان داد که فقدان او تنها یک اتفاق شخصی برای خانواده‌اش نیست، بلکه غیبت چهره‌ای است که

گزارش

گروه فرهنگی

نشاط اجتماعی را نمی‌شود بودجه‌بندی کرد

یادداشت

عبدالرحیم سعیدی‌راد

نشاط اجتماعی فقط برگزاری جشنواره، کنسرت، همایش و برنامه‌های سرگرم‌کننده در صداوسیما نیست. نشاط، محصول مجموعه‌ای از عوامل است؛ از امید، امنیت و اعتماد گرفته تا روابط انسانی، احساس تعلق و دسترسی به فرصت‌های فرهنگی و تفریحی. جامعه بانشاط، جامعه‌ای است که مردم در آن احساس دیده شدن، مشارکت و رضایت نسبی از زندگی دارند.

به همین دلیل نمی‌توان برای افزایش نشاط عمومی یک نسخه واحد پیچید. نشاط اجتماعی، بیش از آنکه محصول یک سیاست فرهنگی مشخص باشد، نتیجه کیفیت کلی زندگی است. درآمد و سلامت، امنیت و اعتماد، حمایت اجتماعی، آزادی انتخاب و کیفیت اوقات فراغت، همگی در ساختن یا تضعیف این احساس نقش دارند. در این راستا نهادهای فرهنگی و اجتماعی نمی‌توانند با بخشنامه از مردم بخواهند شاد باشند، اما می‌توانند موانعی را که زندگی اجتماعی را دشوار و پرهزینه می‌کند، کاهش دهد. کمبود فضاهای عمومی، هزینه بالای تفریح، مشکلات حمل‌ونقل عمومی، محدودیت دسترسی به فعالیت‌های فرهنگی و ورزشی، از جمله همین موانع‌اند. در کنار سیاست‌های دولتی، فرهنگ زیست

جمعی نیز اهمیت زیادی دارد. نشاط در خانواده، محله، ورزش، هنر، سفر، طبیعت و فعالیت‌های داوطلبانه شکل می‌گیرد و تقویت می‌شود. بنابراین اگر قرار است درباره نشاط اجتماعی صحبت کنیم، باید از «برنامه» فراتر برویم و درباره «سبک زندگی و کیفیت زیست اجتماعی» حرف بزنیم.

دستگاه‌های فرهنگی و اجتماعی نیز نمی‌توانند هر کدام به صورت جداگانه و با برنامه‌های موازی، مدعی افزایش نشاط اجتماعی باشند. این حوزه به یک تقسیم کار روشن، هماهنگی میان دستگاه‌ها و سیاست‌گذاری مبتنی بر داده نیاز دارد. به‌عنوان مثال، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌تواند از هنر و رویدادهای ملی و منطقه‌ای حمایت کند؛ وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با توسعه گردشگری داخلی فرصت بیشتری برای سفر و تجربه‌های جمعی فراهم آورد؛ وزارت ورزش و جوانان، ورزش همگانی را گسترش دهد؛ رسانه، محتوای امیدبخش و واقع‌بینانه تولید کند و نهادهای دینی نیز با تقویت مدارا، همدلی و ارتباط اجتماعی، بخشی از این زیست‌بوم را شکل دهند.

در این میان، شهرداری‌ها، آموزش و پرورش، بخش خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد نیز نقش مهمی دارند. نشاط اجتماعی پروژه یک دستگاه نیست؛ حاصل همکاری (قرارگاهی) مجموعه‌ای از نهادها و البته خود مردم است.

بودجه؛ شرط لازم، نه کافی

اینجاست که حرف بودجه‌های فرهنگی به میان می‌آید. سهم اعتبارات فرهنگی از بودجه

عمومی بسیار اندک و محدود است و همین موضوع، ضرورت اولویت‌بندی و سنجش اثربخشی هزینه‌ها را بیشتر می‌کند. بودجه فرهنگی به تنهایی نشاط نمی‌آفریند. ساختن یک ساختمان فرهنگی که استفاده، برگزاری همایش‌های هنری فقط ابزار سرگرمی برنامه‌هایی که مخاطب مشخصی ندارند، الزاماً به افزایش نشاط اجتماعی منجر نمی‌شود.

بنابراین، پرسش اصلی نباید فقط این باشد که «چقدر بودجه فرهنگی داریم؟» پرسش مهم‌تر این است که این بودجه کجا، برای چه کسانی و با چه اثری هزینه می‌شود؟

گاهی یک برنامه محله‌محور، مشارکتی و کم‌هزینه، می‌تواند بیش از یک پروژه بزرگ سرمایه‌های هنری فقط ابزار سرگرمی باشد. هنر می‌تواند آدم‌ها را به یکدیگر نزدیک کند، از تنهایی بکاهد، امکان گفت‌وگو ایجاد کند و احساس تعلق به جامعه را افزایش دهد.

بنابراین، حمایت از فرهنگ و هنر را نباید صرفاً

هزینه‌ای برای اوقات فراغت دانست. بخشی از این هزینه‌ها می‌تواند سرمایه‌گذاری برای

سلامت اجتماعی و افزایش کیفیت زندگی

باشد؛ البته به شرط آنکه مخاطب، نیاز واقعی

جامعه و نتیجه کار در نظر گرفته شود.

نشاط عمومی را چگونه اندازه بگیریم؟

اگر سیاست‌گذار نمی‌تواند چیزی را اندازه‌گیری کند، احتمالاً نمی‌تواند آن را به‌درستی مدیریت کند. برای نشاط اجتماعی نیز باید یک شاخص ملی و سلاله طراحی شود تا تغییرات امید، رضایت از زندگی، احساس امنیت، اعتماد اجتماعی، مشارکت فرهنگی و ورزشی، کیفیت اوقات فراغت، استفاده از فضاهای عمومی و دسترسی اقتصادی مردم به فرهنگ و تفریح را نشان دهد.

در کنار آن، هزینه‌های عمومی فرهنگی نیز باید به‌گونه‌ای ثبت و ارزیابی شوند که مشخص شود هر سیاست و هر برنامه چه بخشی از موانع آن را از سر راه مردم برداشت



تحلیل فرهنگی

رضاصانی

دبیر گروه فرهنگی

چگونه رسانه می‌تواند

شرم از مراجعه به پزشک را کم کند؟

آگاهی بخشی به روش جناب خان



گاهی برای فرهنگ‌سازی درباره سلامت، لازم نیست پزشکی را مقابل دوربین بنشانیم تا از ضرورت پیشگیری و مراجعه به پزشک بگوید. کافی است موضوعی را که مردم از حرف زدن درباره‌اش خجالت می‌کشند، به زبان خودشان وارد گفت‌وگو کنیم. گفت‌وگوی طازانه جناب‌خان با یک متخصص از همین جنس است که در قسمت‌های اخیر برنامه «هومن و جناب خان» شاهد بودیم. موقعیتی نمایشی که در آن یک موضوع پزشکی، از فضای رسمی و تخصصی مطب بیرون می‌آید و در قاب سرگرمی به موضوعی عمومی تبدیل می‌شود. اهمیت چنین لحظه‌ای فقط در خنده‌ای که می‌گیرد نیست، در شکستن سکوتی است که گاهی می‌تواند سلامت آدم‌ها را به خطر بیندازد. مشکل ما در حوزه سلامت همیشه کمبود اطلاعات نیست؛ گاهی اطلاعات هست، اما شرم و ترس اجازه نمی‌دهد به رفتار تبدیل شود. آدمی که از گفتن یک علامت جسمی خجالت می‌کشد یا از یک معاینه پزشکی واهمه دارد، ممکن است مراجعه را آنقدر به تعویق

بیندازد که یک مسأله قابل پیشگیری به بیماری جدی تبدیل شود. اینجاست که رسانه می‌تواند بیش از یک تریبون اطلاع‌رسانی، نقش یک «میانجی فرهنگی» را بازی کند. میانجی میان زبان تخصصی پزشک و تجربه روزمره مردم. پزشک از علائم، غربالگری، تشخیص زودهنگام و ضرورت مراجعه حرف می‌زند، اما مخاطب ممکن است پیش از هر چیز با ترس، خجالت، انکار یا رودربایستی مواجه باشد. بنابراین مسأله فقط این نیست که چه اطلاعاتی به مردم می‌دهیم، بلکه مهم‌تر است به چه زبانی و از چه مسیری آنها را به مواجهه با مسأله سلامت دعوت می‌کنیم. طنز و نمایش در اینجا یک امتیاز مهم دارند، مقاومت مخاطب را کاهش می‌دهند. وقتی جناب‌خان درباره موضوعی صحبت می‌کند که شاید یک فرد معمولی حتی در جمع دوستانش نتواند راحت درباره آن حرف بزند، در واقع به مخاطب اجازه می‌دهد از فاصله‌ای امن به موضوع نزدیک شود. خنده در اینجا صرفاً هدف نیست؛ ابزاری است برای سبک کردن بار شرم و اضطراب و تبدیل تابو به گفت‌وگو.

از همین منظر، باید میان «آموزش سلامت» و «فرهنگ سلامت» تفاوت گذاشت. آموزش به ما می‌گوید یک بیماری چیست، چه علائمی دارد و چه زمانی باید به پزشک مراجعه کرد اما فرهنگ سلامت کاری عمیق‌تر انجام می‌دهد، نگرش ما را نسبت به بدن، بیماری، پیشگیری و مراجعه تغییر می‌دهد. تلویزیون و دیگر رسانه‌های عمومی اگر بخواهند در ارتقای سلامت جامعه سهمی داشته باشند، نباید سلامت را فقط به برنامه‌های پزشکی محدود کنند. سریال، کم‌دی، گفت‌وگو، مسابقه و حتی برنامه‌های عروسکی می‌توانند حامل پیام‌های سلامت باشند، به شرط آنکه این پیام‌ها به شکل شعار و موعظه وارد برنامه نشوند. مخاطب امروز بیش از آنکه به شنیدن یک توصیه مستقیم نیاز داشته باشد، به دیدن تجربه‌ای انسانی نیاز دارد که بتواند خودش را در آن پیدا کند. یک شخصیت محبوب می‌تواند مراجعه به پزشک را از یک رفتار اضطراب‌آور به یک امر عادی تبدیل کند، همان‌طور که یک روایت خوب می‌تواند به مخاطب یادآوری کند که مراقبت از بدن نه مایه شرم، که بخشی از مسئولیت فردی و اجتماعی ماست.

البته این مسیر، ظرافت خودش را دارد. طنز اگر بدون شناخت و آگاهی به سراغ بیماری برود، ممکن است به تمسخر بیمار یا عادی‌سازی رفتارهای غلط منجر شود؛ بنابراین قرار نیست هر شوخی پزشکی را فرهنگ‌سازی بدانیم. مسأله، استفاده هوشمندانه از ظرفیت سرگرمی برای نزدیک کردن مردم به واقعیت‌های سلامت است. رسانه قرار نیست جای پزشک را بگیرد؛ اتفاقاً کارکرد درستش این است که فاصله میان مردم و پزشک را کمتر کند.

جامعه سالم فقط جامعه‌ای نیست که پزشک و بیمارستان بیشتری داشته باشد؛ جامعه‌ای است که مرزش زودتر درباره دردهایشان حرف می‌زند، علائم را جدی می‌گیرند و از مراجعه به پزشک شرم ندارند. شاید از این منظر، ارزش چنین گفت‌ووهایی در برنامه‌های سرگرمی دقیقاً از همین جاذب‌آز آنکه در اطلاعات پزشکی آنها باشد، در عادی‌سازی حرف زدن درباره بدن و بیماری باشد. رسانه در بهترین شکل خود به جای موعظه کردن، موانع تصمیم‌درست را کم می‌کند و گاهی یک شوخی خوب می‌تواند همان مانعی را کنار بزند که یک سخنرانی جدی از پس آن برنیاورد است. در این معنا، برنامه‌های سرگرم‌کننده فقط محصول رسانه نیستند، بلکه می‌توانند به بخشی از زیست فرهنگی جامعه تبدیل شوند، یعنی اثری فراتر از زمان پخش خود بگذارند. کارگردان‌های سرگرمی دقیقاً از همین جاذب‌آز می‌شوند، خنده‌ای که به گفت‌وگو راه می‌دهد، گفت‌وگویی که آگاهی می‌آورد و آگاهی‌ای که می‌تواند به تغییر رفتار منجر شود. شاید رسالت رسانه در حوزه سلامت همین باشد که آموزش را از شکل دستوری و مستقیم آن خارج کند و در تار و پود سرگرمی بنشاند. در چنین شرایطی، مخاطب فقط تماشاگر یک برنامه نیست، ممکن است چیزی بیاموزد، نگرشی را تغییر دهد و حتی تصمیمی برای مراقبت بیشتر از خود بگیرد.