

بازمانده روز- جیمز آتوری- ۱۹۹۳

جیمز استیونز (آنتونی هاپکینز): فایده‌اش چیست که انسان هی از خودش بی‌رسد که اگر فلان لحظه یا بهمان لحظه جور دیگری برگزار شده بود، کار به کجا می‌کشید؟ باید برای خودت خوش باشی. بهترین قسمت روز، شب است. تو کار روزت را انجام داده‌ای، حالا پاهات را بگذار بالا و خوش باش. ساعت را که نمی‌شود به عقب برگرداند. آدم نمی‌تواند تا ابد در این فکر باشد که چه‌جور ممکن بود بشود. انسان باید بفهمد که نصیب و قسمتش مثل دیگران بوده، شاید هم بهتر از دیگران؛ آن وقت باید شکرگزار باشد.

● دیالوگ روز

خاطره‌خوانی

به مناسبت زادروز خسرو خسروشاهی از بزرگان دوبله ایران

مردی که هنر دوبله مدیون اوست

بهمن‌ شیربانی؛ همه چیز برای او و هم‌سلانش در هنر دوبله با شتاب بسیاری دگرگون شد؛ آن‌قدر که وقتی این روزها به گذشته نگاه می‌کند و جای خالی دوستانش را که لحظه‌ای از خاطرش محو نمی‌شوند، به یاد می‌آورد، اندوهش برای رو به زوال رفتن هنری که بزرگان این حرفه عاشقانه برایش تلاش کردند، هر ششونده‌ای را متأثر می‌کند. خسرو خسروشاهی امروز ۸۱ساله شد. مردی که ۶۰ سال پیش قدم در اتاق دوبله گذاشت و دوره کارآموزی را زیر نظر زنده‌یاد احمد رسول‌زاده گذراند. «با اینکه صندلی در اتاق بود، اجازه نشستن نداشتم. معمولاً در طول یک هفته، فیلمی را دوبله می‌کردیم. از ساعت ۹ صبح تا یک بعدازظهر مشغول دوبله یک فیلم بودیم. یک تا سه بعدازظهر تعطیل بود. سه ممکن بود ما را به استودیویی یا فیلم دیگری دعوت کنند. ۷ تا ۱۱ شب هم باز فیلم دیگری دوبله می‌شد. اینکه فیلمی یک‌روزه دوبله شود، بعدها توسط دوستان ما که در ایتالیا به صورت فشرده کار می‌کردند، شروع شد. البته کار ساده‌ای نبود؛ چراکه گذاشتن و برداشتن فیلم در آپارات ۳۵ میلی‌متری زمان‌بر بود، اما با همه اینها دوستان ما فیلم‌ها را یک‌روزه دوبله می‌کردند. آن زمان فردی که در دوبله استعداد و صدا نداشت، جوابش نمی‌کردند. فردی را که مدتی برای کارآموزی می‌آمد، با یک جمله یا دیالوگ تست می‌کردند و وقتی این روند تداوم نداشت، آن شخص خودش ادامه نمی‌داد و می‌رفت. خود کار طرف را جواب می‌کرد». این بخشی از خاطرات خسروشاهی در گفت‌وگو با «شرق» از ابتدای حضورش در این حرفه است. در تمام سال‌های رفته، شخصیت‌ها و بازیگرانی برای مخاطب ایرانی با صدای خسروشاهی شنیدنی و شناسنامه‌دار شدند. صدای شخصیت آل پاجیو ۵۰ سال با صدای او دوبله شد و بدون شک صدای ماندگار او به جای آلن دلون، فراموش‌ناشدنی است. تاجر، دقت و وسواسش در مدیریت دوبلاژ مثال‌زدنی است و او را از دیگران متمایز می‌کند.

سال‌ها پیش خسروشاهی در گفت‌وگو با مجله فیلم به خاطرات جالبی از دوبله برخی از آثار اشاره کرد. مثل وقتی که از دوبله فیلم «جن‌گیر» ترسیده بود: «صدای دختر جن‌زده فیلم «جن‌گیر» را در هیچ کجای دنیا نتوانستند این‌قدر خوب دربیاروند. مشکلات زیادی سر این فیلم داشتم. ساعت پنج‌ویم، شش یک روز بارانی بود که برای دوبله «جن‌گیر» صدایم کردند. وقتی در استودیو فیلم را دیدم حسابی ترسیدم، فکر نمی‌کردم آن‌قدر ترسناک باشد. آن موقع پسرم رضا کوچک بود. شب که برگشتم خانه باور کنید از صدای نفسش تا صبح نخوابیدم. صبح تلفن کردم به آقای کاوه و گفتم این فیلم را دوبله نمی‌کنم، چون به نظرم بعضی صحنه‌هایش کفرآمیز می‌آمد و من هم اعتقاداتی داشتم و گفتم این کار دامن‌گیر من می‌شود. گفت آقا این حرف‌ها را نزنید. یک خارجی یک فیلم ساخته و برداشت شما این است. گفتم آقا من اصلاً از فیلم می‌ترسم، نمی‌توانم دوبله‌اش کنم. خوب شد؟ کاوه گفت حالا چه کار کنیم؟ به کمپانی بگویم که مدیر دوبلاژ ما ترسید و فیلم را دوبله نکرد؟ اینکه نمی‌شود. جواب دادم آقای فریدکین لابد خیلی خوشحال می‌شود اگر بشنود کسی که این همه سال کارش این بوده، از تماشای فیلم او این‌قدر ترسیده! به هر حال آقای کاوه زد به در شوخی و گفت می‌گویم روز دوبله دو تا پاسان بیاید دم استودیو بایستد تا ترسی. گفتم باید یک ماه به من فرصت بدهید. می‌خواستم دیالوگ‌های فیلم را بد هم پرویز دواپی ترجمه کند. رفتم خدمت ایشان که از قبل می‌شناختمشان و یادم می‌آید که توی ماشین من نشسته بودیم و باز داشت باران می‌آمد. دواپی در پالت را باز کرد و پرسید جن‌گیر است؟ جواب داد که این کار از او بر نمی‌آید».

با شنیه کار کارگردان‌های بزرگ سینمای دنیا که تعامل خوبی با خسروشاهی داشتند: «برای دوبله «پرتقال کوکی» روش کار استلنی کوبریک این‌جوری بود که یک پرده از فیلمش را یعنی حدود هشت دقیقه، ۹ دقیقه می‌فرستاد ایران. ما دوبله می‌کردیم و دوباره برایش می‌فرستادیم. برای کوبریک عجیب بود که همان کسی که مدیر دوبلاژ است، چطور رل اصلی فیلم را هم گفته است. یادم است یکی از سکانس‌های فیلم در ایران قابل نمایش نبود. برای کوبریک پیغام فرستادیم که نمی‌توانیم این صحنه را در سینماهای ایران نمایش دهیم. چون قبلاً قرار گذاشته بود که حتی به یک ثانیه از فیلم دست نزنیم. کوبریک هم نسخه دیگری از همان سکانس را برپیمان فرستاد که مشککش حل شده بود و صحنه‌های غیر قابل نمایشش تیره و ضد نور شده بود. فیلم را دوبله کردیم، با این وجود در ایران توقیف شد و به نمایش درنیامد».

منوچهر والی‌زاده (دوبلور و مدیر دوبلاژ): رفاقت من با خسرو خسروشاهی به سال‌هایی برمی‌گردد که کلاس ششم دبستان بودیم. قبل از اینکه کارمان را در دوبله آغاز کنیم. بزرگ‌شده یک محل بودیم و بخش زیادی از خاطرات کودکی من با خسرو شکل گرفته و رفیق عزیز من است. خسرو از بزرگان عرصه دوبله است که سال‌ها با عزت و سربلندی زندگی کرد. همواره او را در کارش تحسین کردم و تجرش در مدیریت دوبلاژ از ویژگی‌های کاری او است. در سالروز تولدش برای رفیق عزیزم سلامتی و عزت آرزو می‌کنم و همیشه به حضورش افتخار می‌کنم.



قادر باستانی

پژوهشگر و مدرس علوم ارتباطات و رسانه

دولت رئیسی از ارتباط رسانه‌ای خود راضی نیست. تیم رسانه‌ای آن فشل است و نیاز جدی به اصلاح رویکرد و عملکرد دارد. برای همین دو هفته پیش، سپهر خلجی را جایگزین بهادری جهرمی، رئیس شورای اطلاع‌رسانی دولت کردند. قرار بود مجموعه بزرگ رسانه‌ای اصولگرایان، متشکل از رسانه ملی، خبرگزاری‌های بزرگ و اصلی، روزنامه‌ها و سایت‌های مهم خبری، یکپارچه در خدمت آقای رئیسی باشند؛ البته چنین هم شد. همه در خدمت‌اند، اما مسئله این است که اعتبار این رسانه‌ها نزد مخاطب ایرانی زائل شده است. رسانه که ساختمان و تجهیزات و خدم و حشم نیست، رسانه یعنی اعتبار؛ رسانه یعنی توان جلب توجه مخاطب. زوال اعتبار رسانه‌های بزرگ و متعدد اصولگرایان، یک‌شبه اتفاق نیفتاده است. آنها با روش‌دن تدریجی از اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و استفاده بی‌رویه از اعتبار رسانه برای پیشبرد اهداف جناحی و کنارزدن رقبای سیاسی، اعتماد مخاطبان را از دست دادند. صداوسیما با ده‌ها بخش خبری و بزرگ‌ترین تحریریه و دفاتر خبری استانی، در ناآرامی‌های سه ماه اخیر، کمترین تأثیر را داشت و عملاً دست‌های خود را در برابر چند شبکه خبری ماهواره‌ای بالا برد. خبرگزاری‌های پُرطمطراق هم که از حیز انتفاع افتادند و نازل‌ترین دوران خود را سپری می‌کنند.

جریان قوی انتقادی علیه دولت و رئیس‌جمهور پدید آمده و توسعه‌یافته است. مردم موفقیت‌های دولت را باور ندارند؛ چون رسانه‌هایی‌که حامی دولت هستند، اعتبارشان را باخت‌اند. دولت خیال می‌کند چون تیم رسانه‌ای‌اش در انعکاس موفقیت‌ها به مردم کوتاهی کرده و دستاوردها به درستی اطلاع‌رسانی نشده، عرصه برای بیان انتقاد از عملکرد دولت از سوی مخالفان و منتقدان فراهم شده است. باید توجه داشت، مصرف رسانه‌ای جوانان تغییر کرده و رسانه‌های سنتی مرجعیت‌شان را از دست داده‌اند. اخبار وایرال‌شده توسط نخبران معتمد مردم و نیز سلبریتی‌ها، بیشترین تأثیر را بر افکار عمومی می‌گذارد. دولت در این فضای رسانه‌ای، حامی محدودی دارد و جریان اصلی در اختیار مخالفان و منتقدان است. عملکرد ضعیف و پراشتباه کارگزاران دولت، برخی وزرا و صاحب‌منصبان منتسب به دولت، آتش کافی برای حمله رسانه‌ای فراهم کرده و تیم رسانه‌ای را به حاشیه رانده است.

تصور بر این است، دستگاه‌های رسانه‌ای دولت کاملاً منسجم تحت راهبردها و دستورالعمل‌های خاصی فعالیت دارد و در موقعیت‌های مقتضی آرایش دفاع یا حمله به خودش می‌گیرد و در عین حال، بدنه‌ای از حامیان رویاقرض حقیقی و حقوقی در حوزه رسانه، گوش‌به‌فرمان فرمانده رسانه‌ای دولت هستند تا جریان‌سازی یا حملات را خنثی کنند. آنچه من اطلاع دارم، در تیم رسانه‌ای دولت ما، نهادهای مختلفی، مستقل از هم مشغول به فعالیت‌اند. در یک سو سخنگوی دولت قرار دارد که حقوق‌دان است و سابقه معتبر رسانه‌ای ندارد. در سوی دیگر رسانه‌های وابسته به دولت مثل ایرنا، ایسنا و روزنامه ایران هستند. شورای اطلاع‌رسانی دولت هم ساختار مجزایی دارد و مستقل برای خودش فعالیت می‌کند. رسانه‌های منتسب به دولت هم در فضای اطلاع‌رسانی دولت فعال‌اند که مدیران هر یک از

نقد هفته

عینک مناسب



امیر عربی

چشم‌پزشک

عیوب انکساری یکی از شایع‌ترین مشکلات چشمی در بین مردم دنیاست. طبق بعضی آمار حدود یک‌سوم تا یک‌دوم از مردم دنیا به نحوی نیازمند عینک برای اصلاح عیب انکساری خود هستند. وجود عیب انکساری و عدم اصلاح آن یا اصلاح نامناسب آن می‌تواند کیفیت زندگی فرد مبتلا را به اندازه‌یک بیماری جدی قلبی یا مغزی کاهش دهد. بنابراین و با توجه به اطلاعاتی که وجود دارد، باید بپذیریم که تشخیص تری دید و تجویز عینک مناسب بسیار مهم‌تر از آن چیزی است که بخواییم با آن سرسری برخورد کنیم. اما مشکلات عدیده این بخش از علم چشم‌پزشکی در کشور ما واضح و مبهرن است و کلا مسئولی و غیرمسئولی به آن رسیدگی نمی‌کند. مثلث تجویز عینک شامل چشم‌پزشک، بینایی‌سنج و عینک‌ساز است. بارها دیده شده چشم‌پزشک به دلیل کم‌بودن سواد تجویز عینک یا از آن بدتر به دلیل کلاس کاذب کاری به نوعی از تجویز مستقیم عینک شانه خالی می‌کند. همکاران



● دیوارنویسی باعث تخریب و ایجاد فضایی نامناسب در پل‌های تاریخی اصفهان شده است، عکس: خدیجه نادری/مهر

آمار خوانی

فیلترینگ، تورم و آینده فرزندان

در نظرسنجی‌ای که اخیراً در یکی از پلتفرم‌های جست‌وجوی شغل انجام شده است، ۷۷ درصد شاغلان تمایل زیادی به مهاجرت دارند. نوسان قیمت ارز، تورم و دغدغه آینده فرزندان از اصلی‌ترین عوامل تمایل به مهاجرت است. همچنین بر اساس برآوردها، مهاجرت هر یک از این افراد، به ۳۰ درصد از سازمان‌ها هزینه‌ای بیش از صد میلیون تومان تحمیل می‌کند. دیجیاتو بر اساس آماری که از جاب‌ویژن دریافت کرده، تحلیلی ارائه داده است. مهاجرت کارکنان در بخش‌های مختلف کسب‌وکار اگرچه موضوع تازه‌ای نیست، اما با گذشت زمان روندی صعودی در تمایل به مهاجرت افراد شکل گرفته است. این امر تأثیر بسزایی روی سازمان‌های دولتی، خصوصی و نیمه‌خصوصی دارد و آنها را با مشکل نیروی انسانی متخصص و کارا مواجه کرده است.

برای آگاهی از وضعیت پدیده مهاجرت در سازمان‌های کشور، پیمایشی با همکاری مشترک رصدخانه مهاجرت ایران وابسته به بخش اعظمی از آنها سابقه کاری بیش از ۱۰ سال دارند. وضعیت ۱۴۰۱ صورت گرفته است که در ادامه مهم‌ترین بخش نتایج آن را مرور می‌کنیم.

در این پیمایش بیش از شش هزار نفر از فعالان در کسب‌وکارهای کشور شرکت کرده‌اند که ۴۶ درصد آنان زن و ۵۴ درصد مرد بوده‌اند. ۶۹ درصد از مشارکت‌کنندگان در این نظرسنجی ساکن تهران بوده و بخش اعظمی از آنها سابقه کاری بیش از ۱۰ سال دارند. وضعیت شرکت‌کنندگان به تفکیک تحصیلات نیز نشان می‌دهد ۸۵ درصد آنها دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و دکتری هستند.

با توجه به وضعیت فعلی کشور، فیلترینگ، افزایش نرخ ارز، احتمالاً این آمارها در حال حاضر دستخوش تغییرات بسیاری شده است. با این وجود مرور آن مخصوصاً برای مدیران تصمیم‌گیر در کشور لازم به‌نظر می‌رسد؛ چراکه بر اساس آمارهای گزارش مهاجرت جاب‌ویژن، ۳۰ درصد از مدیران اعلام کرده‌اند جایگزینی فردی که در اثر مهاجرت از سازمان جدا شده است، هزینه‌ای بیش از صد میلیون تومان به مجموعه تحمیل می‌کند.

● هزینه‌های تحمیل‌شده به سازمان بر اثر مهاجرت و جداشدن افراد از سازمان شامل موارد متعددی همچون، خروج دانش ضمنی کارکنان، تغییر در برنامه‌های توسعه محصول، هزینه آموزش و جایگزینی نیروی جدید می‌شود.

● آمارهای این پیمایش نشان می‌دهد به‌طور کلی ۷۷ درصد از شاغلان در بخش‌های مختلف کسب‌وکار تمایل زیاد یا خیلی زیاد به مهاجرت دارند. از این میان، ۷۹ درصد اعلام کرده‌اند تصمیم به مهاجرت گرفته‌اند که تنها ۲۲ درصدشان برای این امر برنامه‌ریزی کرده و ۹ درصد نیز اقدامات عملی لازم جهت مهاجرت را انجام داده‌اند.

● بر اساس گزارش مهاجرت جاب‌ویژن، تصمیم به مهاجرت در میان کارکنان و مدیران میانی بیش از مدیران ارشد بوده است. با این وجود درصد افرادی که برای مهاجرت برنامه‌ریزی و اقدام کرده‌اند، در سطوح سازمانی بالا بیشتر بوده است. تصمیم به مهاجرت در میان فعالان بخش خصوصی و نیمه‌خصوصی بیش از بخش دولتی و بخش عمومی بوده است.

● در شهر تهران در مقایسه با سایر شهرهای بزرگ و شهرستان‌ها نیز درصد بالاتری از شاغلان برای مهاجرت برنامه‌ریزی و اقدام عملی کرده‌اند. همچنین تصمیم و اقدام برای مهاجرت در میان شاغلان در سازمان‌های بزرگ بیشتر از شاغلان در سازمان‌های کوچک بوده است. ● فعالان حوزه گردشگری-هتل‌داری و خدمات برگزاری همایش و مجالس بیش از سایر حوزه‌ها تمایل به مهاجرت دارند. در مقابل نیز فعالان بانکداری و املاک تمایلشان برای مهاجرت کمتر است.

● از شرکت‌کنندگان این پیمایش درخصوص ۱۲ عامل و اثر آن در تمایل به مهاجرت یا ماندن‌شان سؤال شده که تنها یک عامل «حضور در کنار خانواده و دوستان» از عوامل ماندن شمرده شده است. ● یکی دیگر از بخش‌های ناراحت‌کننده این گزارش اتجاست که بیش از ۸۴ درصد افراد، در پاسخ به سؤال اینکه «به‌عنوان یک فرد فعال در بازار کار ایران، امکان رشد و پیشرفت را برای خود در ایران بیشتر میسر می‌دانید یا خارج از کشور؟»، امکان رشد و پیشرفت خود را در خارج از کشور بیش از داخل میسر دانسته‌اند.

● تصمیم به مهاجرت در میان فعالان بخش خصوصی بیش از سایر بخش‌ها بوده و در میان فعالان در دولت و بخش عمومی، کمتر و در حدود ۷۳ درصد است. این آمار در میان شاغلان در سازمان‌های بزرگ، بیشتر و در حدود ۸۰ درصد و در سازمان‌های کوچک با کمتر از ۱۰ نفر کارمند، کمتر و در حدود ۷۶ درصد است.

● ۴۶ درصد از مشارکت‌کنندگان در این پیمایش اعلام کرده‌اند که هیچ‌یک از همکارانشان در سال گذشته مهاجرت نکرده‌اند. این در حالی است که ۲۶ درصد آنها بیش از چهار نفر از همکاران خود را به دلیل مهاجرت از دست داده‌اند.

مهم‌تر، مگر لنز ژاپنی و کره‌ای وارد می‌شود؟ نه‌ایتا

هم آنچه در مشاهدات میدانی به دست می‌آید این است که لنز عینک بیمار پنج تا شش ماه کار می‌کند و وقتی از صاحبانشان می‌پرسید چه لنزی خریده بودید بکی می‌گوید ژاپنی، بکی کره‌ای، بکی هم اعلام می‌کند چینی... پس فرشان چه بوده؟ تازه از جنس عینک هم بگذریم، حتماً باید به بیمار تأکید کنیم پس عینک باید به بیمار مناسب عینک باشد. در بعضی بیمه‌های رایج کشور این موضوع به خوبی دیده شده و تأیید بیمه منوط به مهر چشم‌پزشک و بینایی‌سنج شده که کار درستی است؛ به شرطی که بعداً به بهانه‌های واهی بیمار را از شندرغاز حق بیمه عینک محروم نکنند. ضلع سوم تجویز عینک بسیار ضلع مبهم و بی‌روپرویکی است؛ جایی که بیمار با نسخه نزد عینک‌ساز می‌رود و عینک‌ساز باید روی یک لنز با جنس مناسب به درستی نمره عینک بیمار را اصطلاحاً بتراشد و در یک فریم مناسب تحویل دهد. همان اول سه‌گانه لنز ژاپنی، کره‌ای و چینی به بیمار پیشنهاد می‌شود اما معلوم نیست واقعا این لنزها وجود دارد یا صرفاً بازی با کلمات است. اصلاً وجود هم نداشته باشد از کجا معلوم انتخاب کلمه ژاپنی به معنی دریافت لنز ژاپنی باشد. هیچ کاور یا شناسنامه‌ای برای لنزها وجود ندارد و هیچ اطلاعاتی هم به بیمار داده نمی‌شود. اصلاً سؤال چشم‌خودشان می‌رود.