

از بازی فردین تا فردین بازی

به بهانه بیست و چهارمین سالمرگ بازیگر محبوب



رضا صائمی

خبرنگار گروه فرهنگ

امروز ۲۴ سال از مرگ محمدعلی فردین می‌گذرد. بازیگری که چهار دهه پس از اینکه دیگر نتوانست بر پرده سینماها ظاهر شود، اما مراسم تشییع جنازه‌اش یکی از شلوغ‌ترین بدرقه‌های هنرمندان بود که همه را شگفت‌زده کرد. هنوز هم وقتی به قطعه هنرمندان در بهشت زهرا سر بزنید، شلوغ‌ترین مزاری که مردم دورش می‌نشینند یا می‌ایستند، مزار اوست. بدون شک او یکی از محبوب‌ترین بازیگران تاریخ سینمای ایران است که گرچه از حیث بازیگری نمی‌توان او را در ذیل بازیگران حرفه‌ای قرار داد، اما ماندگار است. راز این ماندگاری در چیست؟ شاید برخی، مولفه‌هایی مثل ظاهری جذاب و مردانه را مهمترین دلیل بدانند اما به نظر می‌رسد دلیل این ماندگاری را باید در کیفیت نقش آفرینی‌ای که در شمایل نقش‌هایی پی گرفت که فردین به نماد آن بدل شد. او بیشتر برای به تصویر کشیدن مردانگی و جوانمردی در فیلم‌های فارسی مشهور بود. به همان چیزی که بعدها به یک خصلت و ویژگی رفتاری تعبیر شد و نامش را «فردین‌بازی» گذاشتند. دلیل این نامگذاری به اتفاقی برمی‌گردد که برای فردین رخ داد. سر صحنه فیلمبرداری، فردی گنده‌لات به اصطلاح مژه می‌ریزد و تیکه می‌اندازد که جمعیت می‌خندند و باعث به‌هم ریختن تمرکز فردین می‌شود، فردین شاک می‌شود و می‌گوید گنده‌لات ساکت شو و پاسبونا این‌رو جمع کنبد، ببرید. اما دم صبح فردین می‌رود کله‌پزی محل و یک‌دست کله‌پاچه می‌گیرد و در خونه گنده‌لات می‌رود و عذرخواهی می‌کند و می‌گوید، نباید اینجوری برخورد می‌کردم و بیا باهم به کله‌پاچه بزنیم، گنده‌لات هم شرم‌منده می‌شود و خیلی با هم صمیمی می‌شوند. کله‌پاچه را می‌خورند و با هم فیک می‌شوند. به‌همین دلیل به رفتار از سر معرفت و بامرامی، می‌گویند فردین‌بازی. درواقع فردین‌بازی به یک اصطلاح سینمایی و عامیانه در تعریف معرفت، جوانمردی و رفاقت تبدیل شد. اما امروزه بسیاری از مردم این اصطلاح را به کسانی اطلاق می‌کنند که برای نمایش و فخرفروشی دست به فداکاری می‌زنند. در پس تغییر معنای تلویحی و ضمنی این اصطلاح می‌توان تحولات اخلاقی جامعه را هم ردیابی کرد که فردین‌بازی دیگر نه به‌معنای مرام داشتن و جوانمردی که ادای جوانمردانه درآوردن تا به آن تظاهر و تفاخر کردن تعبیر می‌شود. اما فردین‌بازی‌های فردین فقط به فیلم‌هایش محدود نمی‌شد و او در زندگی واقعی به‌ویژه در مواجهه با هواداران و مردم کوچه و بازار هم همان روحیه را داشت و تواضع و فروتنی‌اش از او یک اسطوره محبوب ساخت که هنوز خیلی‌ها به این موقعیت دست نیافته‌اند. او در زندگی واقعی هم روحیه حمایت‌گرانه داشت و تا جایی که می‌توانست، دست مردم را می‌گرفت. محبوبیت او در سینما با محبوبیت تختی در کشتی، پهلوی می‌زد، جالب اینکه او قبل از بازیگر شدن، کشتی‌گیر بود و حتی فعالیت خود در کشتی را با تختی آغاز کرد. برخی از محمدرضا گلزار را به فردین بعد از انقلاب تشبیه کرده‌اند که به‌دلیل جذابیت‌های فیزیکی، مورد توجه مخاطب قرار گرفت و به یک سوپرستار تبدیل شد اما واقعیت این است که نه روحیه و مرام فردین در او دیده می‌شود، نه حتی از حیث بازیگری از او جلوتر است. نه‌فقط او که بازیگران دیگر که امروز نام سلبریتی را یدک می‌کشند هم، به محبوبیت او نرسیده‌اند. با اینکه او بازیگر به معنای حرفه‌ای نبود و بیشتر کاراکتر تیپ‌سازی شده را بازی می‌کرد، اما محبوب بود. بخشی از این محبوبیت البته به سازوکارهای سینمای تجاری و عامه‌پسند برمی‌گردد اما فردین نتوانست خارج از جهان سینمایی یک مفهوم و اصطلاح به نامش اضافه کند که به‌مثابه خصلت‌های کاراکتر در شخصیت‌پردازی‌های سینمایی مورد استفاده قرار می‌گیرد. کمتر بازیگری نامش به یک واژه گره خورده تا به یک اصطلاح تبدیل شود. شاید راز محبوبیت فردین را باید در همین مفهوم و کارکردهای اجتماعی

آن جست‌وجو کرد؛

نه

در فردین‌بازی، نه

بازی فردین.



hammihanmedia@gmail.com
@Hammihanonline
https://t.me/hammihanonline
@Hammihanonline

• صاحب امتیاز و مدیرمسئول: غلامحسین کرباسچی • مشاوران: عباس عبدی و احمد زیدآبادی • سردبیر: محمدجواد روح • سردبیر آنلاین: افشین امیرشاهی • معاون سردبیر: مهرداد خدیر • دبیران گروه‌ها: فرزانه طهرانی (اقتصاد) • آرمین منتظری (دیپلماسی و بین‌الملل) • علی ورامینی (رسانه و فرهنگ) • سمیه متقی (سیاست) • الهه ابراهیمی (خبر) آرش خاموشی (عکس) • هادی حیدری (طرح و کاریکاتور) • شبنم رحمتی (معاون آنلاین) • مدیر هنری: مهدی قربانی‌تبار • حروفچینی و ویراستاری: شهرام هادی • مدیریت اداری و آگهی‌ها: شاه‌رخ حیدری • تلفن روابط عمومی: ۰۸۸۷۴۹۳۰۵۰۰ • تحریریه: ۰۸۸۷۳۰۲۹۱ • آگهی‌ها: ۰۸۸۷۳۵۲۰۷ • نشانی: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوازدهم، پلاک ۱۸ • لیتوگرافی و چاپ: هم‌میهن • توزیع: نشرگستر امروز نوین • تلفن: ۰۲۱-۹۱۳۰۴۱۴۲



گتسی: Gettyimages

درود حامیان هیتلر و بدرود حامی قدیمی

پایان کار آدیداس روی پیراهن تیم ملی آلمان بعد از ۷۰ سال حواشی زیادی را در برداشت



سپهر زمری

خبرنگار ورزشی هم‌میهن

حمایت از حس ناسیونالیستی یا درآمدزایی؟ کدام موضوع باید اهمیت بیشتری داشته باشد؟ این سوالی است که بیش از یک هفته اخیر رسانه‌های آلمانی با دیدگاه‌های متفاوتی به جان یکدیگر افتاده‌اند. ماجرا از این قرار است که حامی مالی فدراسیون فوتبال آلمان بعد از ۷۰ سال از «برند آلمانی آدیداس» به برند آمریکایی «نایکی»، تغییر خواهد یافت. بسیاری چنین اتفاقی را لکمنگ اعتبار میهن‌پرستی در آلمان می‌دانند و عقیده دارند، بدتر از این نمی‌توانست بشود که یک برند آمریکایی در خاک آلمان، جانشین آدیداس محبوب شود. گروه دیگر اما می‌گوید، مرزها از بین رفته و حس ناسیونالیستی‌زمانی که مشکلات مالی وجود داشته باشد، فاقد اعتبار است. پایان سه خط معروف روی پیراهن آلمان اما درواقع پایان خاطرات رنگی ژرمن‌ها در ایام جام‌های جهانی است. قهرمانی آلمان در جام جهانی ۱۹۵۴ که به «افسانه برن» معروف شده، به‌نوعی با هنرنمایی آدیداس محقق شده است. براساس «افسانه برن»، تیم ملی آلمان با استوک‌های اختراعی آدولف داسلر (بنیان‌گذار آدیداس)، توانستند روی چمن لغزنده استادیوم وانکدورف تعادل بهتری داشته باشند و مجارستان مدعی را در فینال جام جهانی ۱۹۵۴ شکست دهند. حالا این برند کنار رفته و البته در سال‌های پایانی، جنجالی آفرید که باعث شد شماره ۴۴ این پیراهن حذف شود. در این گزارش به بررسی این موضوع پرداختیم که چرا شماره ۴۴ تبدیل به یکی از حواشی بزرگ کشور آلمان شد.

▼ برند آمریکایی جانشین آدیداس

از سال ۱۹۵۴ برند آدیداس حامی مالی فدراسیون فوتبال آلمان بود که در اولین سال‌های این قرارداد، تیم ملی آلمان قهرمان جهان شد. حالا بعد از ۷۰ سال قرار است برند نایکی که آمریکایی است، از سال ۲۰۲۶ روی پیراهن آلمان‌ها قرار بگیرد. اختلاف‌نظر دراین زمینه بسیار است. حمایت از حس میهن‌پرستی یا نگاه معقول به تجارت آزاد، بحثی است که رسانه‌ها و سیاستمداران به آن پرداختند.

کارل لائوتباخ، از حزب سوسیال‌دموکرات‌ها و وزیر فدرال بهداشت و درمان آلمان در شبکه اجتماعی ایکس نوشت: «آدیداس دیگر قرار نیست پیراهن تیم ملی آلمان باشد؟ به جایش یک شرکت آمریکایی می‌آید؟ از نظر من این تصمیم اشتباه است. تجارت یک سنت و تکه‌ای از میهن را نابود می‌کند...» روزنامه فرانکفورتر آلگماینه اما با انتقاد از سیاستمداران نوشت که حس میهن‌پرستی بدون درنظر گرفتن موفقیت اقتصادی یک کشور، ارزشی ندارد. اگر یک شرکت بزرگ و مشهور مثل نایکی تمایل دارد که نمادش روی پیراهن تیم ملی فوتبال آلمان قرار بگیرد، این نشانه مثبتی است و اعتبار این پیراهن را نشان می‌دهد. با این تفاسیر قرار است از ابتدای سال ۲۰۲۷ تیم ملی آلمان نیز به صف تیم‌هایی اضافه شود که نایکی، حامی مالی آنهاست. مانند تیم‌های ملی فرانسه، هلند، برزیل و انگلیس که سال‌هاست تحت حمایت نایکی هستند. اخیراً فروش سایانه نایکی به حدود ۱/۵ میلیارد یورو رسیده درحالی که آدیداس در سال ۲۰۲۳ ۷۵ میلیون یورویی شد.

▼ حمایت عجیب مردم از نمادss

بعد از رونمایی پیراهن جدید تیم ملی آلمان برای جام‌ملت‌های ۲۰۲۴، شرکت آدیداس با نکته عجیبی روبه‌رو شد که پیش‌تر به آن توجه نکرده بود. باوجودی که شماره ۴۴ هیچ بازیکنی در این دوره نیست، شرکت آدیداس متوجه شد که به‌صورت پیاپی پیراهن تیم ملی آلمان با شماره ۴۴ در حال ثبت سفارش از سوی مردم است. این ثبت سفارش به حدی زیاد شد که

برند آدیداس بعد از بررسی دقیق ثبت‌های خبرنگاران در شبکه ایکس، متوجه شباهت نماد گروه اس‌اس نازی و شماره ۴۴ شد. باین‌حال خیلی سریع شرکت آدیداس جلوی ثبت سفارش بیشتر را گرفت و به‌صورت رسمی اعلام کرد، دیگر پیراهنی با این شماره را در اختیار مردم قرار نمی‌دهد. فدراسیون فوتبال آلمان نیز از این موضوع اظهار بی‌اطلاعی کرده و به وضوح مخالفت خود را با هرگونه از این دست تفکرات نشان داده است. درهر حال اولیور بروگ، سخنگوی آدیداس در واکنش به این موضوع و انتقادات از این شرکت گفت: «به‌زودی شماره ۴۴ را مسدود خواهیم کرد. شرکت ما فاعلانه علیه بیگانه‌هراسی، یهودستیزی، خشونت و نفرت، مبارزه می‌کند و هرگونه تلاش برای ترویج دیدگاه‌های تفرقه‌انگیز، بخشی از ارزش‌های ما به‌عنوان یک برند نیست. بنابراین فاعلانه هرگونه شایعه دراین باره که ما از قصد، چنین طراحی‌ای داشتیم را رد می‌کنیم.»

▼ چرا ss مایه شرمساری ژرمن‌هاست؟

نیروهای اس‌اس تحت فرمان «هاینریش هیملر»، مسئول بسیاری از جرائم در طول جنگ جهانی دوم از جمله مدیریت اردوگاه‌های کار اجباری که منجر به کشته‌شدن میلیون‌ها یهودی شد، بودند. پس از سال ۱۹۴۵ میلادی، اس‌اس نیز به همراه حزب نازی به‌عنوان یک سازمان جنایتکار شناخته شد. هسته اولیه گروه‌ک اس‌اس حزب نازی، در آوریل ۱۹۲۵ به‌دلیل حفاظت از شخص آدولف هیتلر شکل گرفت. اما به‌مرور این گروه چنان قدرتی گرفت که در اقتصاد نیز نقش پررنگی ایفا می‌کرد و تبدیل به سازمانی شده بود که ماموریت‌های اساسی را به آنها می‌دادند. از بین بردن گروه‌های رقیب- اعم از سیاسی و اقتصادی- به عهده گروه اس‌اس بود. همچنین این سازمان براساس آنچه نشریه بیلد نیز در گزارش‌اش اشاره کرد، یکی از اصلی‌ترین گروه‌های کشتار یهودی‌ها در اردوگاه کار اجباری «آشویتس» بود. بیشتر نمادهای ممنوعه در آلمان، مربوط به دوران ناسیونال سوسیالیست (۱۹۴۵-۱۹۳۳) است. صلیب شکسته، شناخته‌شده‌ترین نماد دیکتاتوری نازی است. سخنگوی شرکت آدیداس در جدیدترین گفت‌وگوی خود اعلام کرده بود، علاوه بر اینکه هواداران فوتبال نمی‌توانند شماره ۴۴ را سفارش دهند، استفاده از نام آدولف هیتلر نیز روی پیراهن تیم ملی آلمان، ممنوع است. اما استفاده از نام پاول زوف گوبلز، وزیر رایش برای تبلیغات و روشنگری مردم، ممنوع نیست.

▼ پیش‌رفت جای نقص را گرفت

وزیر اقتصاد آلمان یکی از افرادی بود که به انتقاد صریح از چنین تغییری پرداخت و گفت، جای تنگ بسیار است که یک برند آمریکایی، در خاک کشور آلمان جانشین برند آدیداس می‌شود که برای مردم یک حس نوستالژیک دارد. باین‌حال اما رئیس فدراسیون فوتبال آلمان با قدرت از این تغییر حمایت می‌کند و معتقد است، پیشنهاد برند نایکی (۱۰۰ میلیون یورو در سال) با پیشنهاد برند آدیداس (۵۰ میلیون یورو در سال)، تفاوت آشکاری دارد که نباید در مورد این تغییر درنگ کرد. اندریاس رتینگ، رئیس فدراسیون فوتبال آلمان، در برنامه «ران» به انتقادها پاسخ داد و گفت: «از شنیدن و خواندن برخی انتقادها به‌خصوص از سوی سیاستمدارانی که نباید احساساتی شوند، بسیار متعجب شدم. انتقادهای بعضاً پوپولیستی بدون آگاهی و مطالعه از شرایط، بی‌انصافی در حق تغییراتی است که می‌تواند به سود فوتبال آلمان باشد. در فدراسیون فوتبال آلمان صدها کارمند حضور دارند که ما باید به آنها حقوق بدهیم. برای مسابقات یورو کمپ‌هایی در حال ساخت است که هرکدام حدود ۳۰ میلیون یورو هزینه در برداشته است. نظارت و توجه روی فوتبال پایه نیز موضوع حساس دیگری است که نیاز به بودجه قابل قبول دارد. به‌همین دلیل است که می‌گویم گاهی باید برخی افراد سکوت کنند.»

برند نایکی از اوایل سال ۲۰۱۰ توانسته به خوبی از آدیداس عبور کند و حالا با قرار گرفتن در قلب آلمان، ظاهر موفق شد پایان آدیداس را رقم بزند.

چهره

در گذشت تنبور نواز و کلام خوان برجسته

درویش چنگیز عبدی‌پور، تنبور نواز و کلام خوان برجسته موسیقی مقامی، از بازماندگان صاحب‌الحان قدیم در حوزه موسیقی مقامی، تنبور و کلام بود. او شاگرد بابا غلام همت‌آبادی از صاحبان لحن و مرجع تنبور و کلام به‌شمار می‌آمد. بابا غلام همت‌آبادی علاوه بر مقام‌نوازی منحصر به‌فردش، دارای احوالات باطنی بود و مریدانی از نقاط دور و نزدیک به دیدارش می‌رفتند و کسب فیض می‌کردند. شیوه مقام‌نوازی همت‌آبادی، به‌عنوان استاد درویش چنگیز عبدی‌پور که این شیوه را به او نیز منتقل نمود، به‌قدری منحصر به‌فرد بود که هر شنونده‌ای را واه می‌کرد. درویش چنگیز عبدی‌پور، اولین دیپلمه شهر کردند، در جوانی کارمند بانک صادرات بود و پس از دیدار با بابا غلام همت‌آبادی، سرگشته حقیقت شد. او دست از کار اداری کشید و سال‌ها در کنار کار کشاورزی، به خودسازی پرداخت و تحولی درونی را که سرگذشت عرفانی چون مولوی و عطار نیشابوری را به یاد می‌آورد، از سر گذراند. درویش چنگیز عبدی‌پور پنجشنبه ۱۶ فروردینماه، در ۸۰ سالگی در منطقه کربد غرب درگذشت. مراسم خاکسپاری این هنرمند جمعه ۱۷ فروردینماه، از مقابل منزلش واقع در باغ نادر به طرف مزارستان شورا برگزار شد.



کتابخانه

نظرات ۳۵ فیلسوف درباره معنای زندگی

کتاب «معنای زندگی از دیدگاه فلاسفه بزرگ»، با ویرایش استیون لیچ و جیمز تارتاگلیا، با ترجمه صبا تائبی، توسط انتشارات ققنوس با ۵۵۹ صفحه، شمارگان هزار و ۱۰۰ نسخه و قیمت ۴۸۰ هزار تومان منتشر شد. نسخه اصلی این کتاب سال ۲۰۱۸ توسط انتشارات راتلج چاپ شده و پیش‌تر در سال ۱۳۹۹ ترجمه‌ای از آن توسط انتشارات ترانه چاپ شده است. کتاب پیش‌رو با ارسال فراخوان برای نویسندگان حوزه فلسفه تهیه شده تا نظرات ۳۵ فیلسوف بزرگ را درباره معنای زندگی در قالب مقاله گردآوری و تشریح کنند. استیون لیچ و جیمز تارتاگلیا به‌عنوان سرپرستان و گردآورندگان مطالب این کتاب می‌گویند: «وظیفه ما این بود که درباره آن چه فلاسفه بزرگ راجع به معنای زندگی گفته‌اند،

معنای زندگی از دیدگاه فلاسفه بزرگ گردآورندگان: استیون لیچ و جیمز تارتاگلیا مترجم: صبا تائبی انتشارات: ققنوس

بیشتر بدانیم و کتابی ارائه دهیم که این کار را برای دیگر کسانی که همچون ما به درک معنای زندگی علاقه‌مندند، آسان کند. این کتاب همچنین به این منظور تنظیم شده که تریبونی را برای نویسندگان فراهم آورد تا دیدگاه‌هایی را فاش کنند که در این زمینه از نظر پنهان مانده یا نادیده انگاشته شده است و در مباحث قدیمی‌ای که هنوز حکمفرماست، مذاقه کنند.»

تاریخ

آغاز عملیات کربلای ۸



عملیات کربلای ۸ در تاریخ ۱۸ فروردین ماه ۱۳۶۶، با هدف تحکیم مواضع به‌دست‌آمده در عملیات کربلای ۵، آغاز شد و به‌مدت پنج روز در منطقه عملیاتی شرق بصره، توسط نیروی زمینی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی انجام گرفت. طی این عملیات ۶۰ دستگاه تانک و نفربر و ده‌ها دستگاه خودرو از تجهیزات دشمن منهدم شدند. شرایط سیاسی و نظامی جنگ پس از عملیات کربلای ۵ از سوی دیگر اهمیت زمین منطقه شرق بصره، موجب شد تا عملیات کربلای ۸ که با هدف محدود نظامی صورت گرفت، بازتاب اجتماعی داشته باشد. تلاقی زمان عملیات کربلای ۸ با برگزاری مراسم چهل‌و هشتمین سالگرد تشکیل حزب بعث، موجب شد که عراق بلافاصله به‌منظور تحت‌الشعاع قرار دادن بازتاب این عملیات، به تاسیسات نفتی جزیره «سیری» که یکی از مبادی صادرات نفت ایران بود، حمله کند و خسارات قابل‌ملاحظه‌ای را به آن وارد آورد؛ به‌گونه‌ای که تا ساعات‌ها بهره‌برداری از اسکله مذکور امکان‌پذیر نبود. باین‌همه عراقی‌ها در ابتدا، پیروزی ایران را در این عملیات انکار می‌کردند اما با گذشت زمان عراق اعتراف کرد که مناطقی را در شرق بصره از دست داده است.