



روزنامه فرهنگ و هنر

آمار فروش سینماهای سراسر ایران

نام فیلم	هفته نمایش	تعداد سالن	فروش کلی (تومان)
ایده اصلی	۷	۱۰۲	۳,۶۳۲,۳۶۲,۰۰۰
روسی	۵	۳۹	۷۸۱,۱۶۴,۰۰۰
کلوب همسران	۱	۱۰۷	۹۲۹,۶۹۲,۰۰۰
مردی بدون سایه	۱	۸۷	۵۹۹,۸۶۵,۰۰۰
شاه کش	۱	۱۱۴	۳۷۰,۹۶۷,۰۰۰
رد خون	۰	۸	۷۰۹,۳۲۲,۰۰۰
چاقی	۴	۳۲	۲۸۸,۲۸۷,۰۰۰
شکستن همزمان بیست استخوان	۱	۵۶	۲۰۴,۷۷۶,۰۰۰
گر وگودیل	۱	۷۲	۱۵۴,۱۶۸,۰۰۰
پرمودا	۴	۱۵	۳۷,۰۸۲,۰۰۰

منبع: سینما بنگ

فارس

اجرای الزامی «طرح هدفمندی یارانه‌ها» در نمایشگاه کتاب سال آینده

قرار است طرح هدفمندی یارانه کتاب در سی و سومین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران رسماً در تمام بخش‌ها اجرایی شود. این طرح به‌زودی در تمام نمایشگاه‌های استانی اجرا شده تا ایرادات احتمالی آن برطرف شود، اما اجرای آن در تمام نمایشگاه‌های استانی هم الزامی شده است تا در ادامه در نمایشگاه کتاب سال در تمام بخش‌ها شاهد استفاده از آن باشیم. در سی و دومین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران به‌طور موقت و آزمایشی از سیستم‌های «پی‌سی‌یوز» در تعدادی از غرفه‌ها استفاده شد و این استفاده از یارانه‌ها مثبت ارزیابی شد. با توجه به این که مدت زیادی تا برگزاری سی و سومین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران فرصت هست و همچنین نمایشگاه‌های استانی را پیش رو داریم، پیشنهاد شده فن‌آوری «پی‌سی‌یوز» در نمایشگاه‌های استانی راه‌اندازی شود و پس از دستیابی به نتایج مطلوب‌تر در سی و سومین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران به شکل فراگیر مورد استفاده قرار گیرد. گفتنی است، هومان حسن‌پور، رئیس اتحادیه ناشران و کتاب‌فروشان تهران، درباره طرح هدفمندسازی یارانه کتاب با مثبت و مطلوب خواندن این طرح گفته بود، هر طرحی که بتواند فضای نمایشگاه کتاب را به لحاظ اقتصادی معاملات و مراودات سالم‌تر کند، ما از آن استقبال می‌کنیم. رئیس اتحادیه ناشران خاطر نشان کرد: هر طرحی در ابتدا به دلیل ناآشنایی افراد، مخالفتی داشته و تطبیق هم‌با آن دشوار است، اما از رשמندی طرح هدفمندی یارانه کتاب‌هنگلی مشخص می‌شود که مسیر صحیح را اجرا می‌کند. در این صورت چنانچه خدای ناکرده تخلفی در نمایشگاه صورت می‌گرفت، با اجرایی شدن این طرح جلوی آن گرفته می‌شود.

رسانه هنرمندان

www.rooznamehsaba.ir
info@rooznamehsaba.ir
rooznamehsaba
telegram.me/rooznamehsaba
SMS: 02177582424

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی هنری وصف صبا
مدیرمسئول و سر دبیر: محمدرضا شفیعی
تلفن: ۶-۷۷۵۸۲۴۲۲ فکس: ۷۷۵۴۸۲۴۵
چاپ: سلام نوزبع، نشر گستر امروز
نشانی: خیابان آیت‌اله مدنی کوچه خجسته متش بلاک ۵



اقتصاد فرهنگ و هنر

ادبیات دفاع مقدس جزو پرفروش‌ترین‌هاست

مدیر آژانس ادبی بل می‌گوید: سال‌هاست که مسبر جهانی کردن ادبیات را اشتباه پیموده‌ایم در حالی که اگر از مسیر صحیح آن وارد شویم، ادبیات دفاع مقدس جزو پرفروش‌ترین‌هاست.

ادبیات دفاع مقدس در سال‌های گذشته همواره یکی از مهم‌ترین گونه‌های ادبی در ایران به شمار رفته است؛ هم در تنوع تولید و هم در تعداد نویسندگان و آثاری که به جامعه معرفی کرده است. در کنار همه موفقیت‌هایی که این حوزه به دست آورده است، یکی از انتقادات سردمداران آن، عدم موفقیت این عرصه در خارج از کشور است. به گزارش تسنیم؛ با وجود این که در سال‌های گذشته نهادهای مختلفی به‌صورت خودجوش اقدام به ترجمه و انتشار و توزیع کتاب‌های دفاع مقدس به‌ویژه خاطرات در خارج از کشور کرده‌اند، اما بنا به گفته بسیاری از فعالان این عرصه، ما مسیر را در خارج مرزها اشتباه رفته‌ایم. اما مسیر صحیح چیست؟ امروز دیگر مسلم است که برای صدور پیام انقلاب و دفاع مقدس به خارج از مرزها، باید مسیری خاص که مطابق با استانداردهای جهانی است را پیمود تا به نتیجه مطلوب دست یافت. نویسندگان دفاع مقدسی مانند گلعلی بابایی، حمید حسام، معصومه راهم‌رمزی و... که در سال‌های اخیر تجربه حضور در نمایشگاه کتاب فرانکفورت را داشتند، از اشتباهاتی که در زمینه ترجمه و انتشار این کتاب‌ها داشته‌ایم، بارها سخن گفته‌اند؛ اشتباهاتی که مهم‌ترین آن‌ها ترجمه و انتشار اثر در داخل کشور به جای رایزنی با ناشر خارجی، برای فروش رایت بوده است. اما سویی دیگر جریان ترجمه و انتشار کتاب‌های دفاع مقدس در خارج از کشور، بحث مطالبه و استقبال مخاطبان



خارجی است. آیا مخاطبان خارجی از دفاع مقدس ایران استقبال می‌کنند؟ آیا ادبیات دفاع مقدس ایران راهی به بازارهای جهانی می‌تواند داشته باشد؟ مجید جعفری‌اقدم مدیر آژانس ادبی بل است که در گذشته فعالیت در بازار جهانی را با جدیت بیشتری پی گرفته است. جعفری‌اقدم پیش از این نیز بارها در مقلیل‌نشراتی که معتقد بودند دفاع مقدس به تنهایی راهی به بازار جهانی نخواهد داشت، بلکه باید در میان کتاب‌های دیگر به این بازار هدایت شود، ایستاده و گفته بود که چنین نیست. او در هفته دفاع مقدس درباره شرایط ورود ادبیات دفاع مقدس به بازارهای جهانی، راه‌های پیش رو و استانداردها به گفت‌وگو نشست است، متن این گفت‌وگو به شرح ذیل است. بحث انتقال ادبیات دفاع مقدس به خارج از کشور در سال‌های اخیر به‌نوعی بلا تکلیف بوده است. از سویی عده‌ای معتقدند که در مقلیل این نوع ادبیات در خارج از ایران جبهه‌گیری می‌شود و از سویی دیگر عده‌ای این نوع ادبیات را جزو پرفروش‌های ادبیات در دنیا عنوان می‌کنند. تجربه شما در سال‌های اخیر و فعالیت در حوزه فروش رایت چه چیزی را نشان می‌دهد؟ پاسخ این پرسش تنها در یک جمله نهفته است و آن این که در دو سال گذشته بیش از ۵۰ درصد کتاب‌هایی که رایتشان فروخته شده است، در حوزه دفاع مقدس است. اما برای این موفقیت باید از راهش وارد شد. این که کتاب را ترجمه و منتشر کنیم و بعد آن را ارسال کنیم، هم سوخت هزینه است و هم سوخت فرصت. در دنیا برای کتاب‌هایی که می‌خواهند تبلیغ بلند، این کار را انجام می‌دهند، ما هم به مقدار زیادی در ایران در اوایل انقلاب این اقدام را انجام دادیم، زمانی که بنده مسئولیت ترجمه سازمان فرهنگ را بر عهده داشتم، بسیاری از کتاب‌ها را ترجمه و در الهدی منتشر می‌کردیم، بعد می‌فرستادیم رایزنی‌ها و از طریق رایزنی‌ها توزیع می‌شد، اما آن زمان هم این کار اشتباه بود، اما آن زمان ایجاب می‌کرد که ما پیام انقلاب و دفاع مقدس را صادر کنیم. اکنون جریان فرق کرده است، اقتصاد نشر، جهانی شده است و قواعد خاص خود را دارد. اگر می‌خواهیم کتلی به دست مخاطب هدف برسند و در دایره توزیع کشور هدف قرار بگیرد، باید ناشر کشور هدف کتاب را ترجمه و منتشر کند، ما هم بعد حمایتی ما اجرا را بر عهده بگیریم. شاید این پرسش پیش بیاید که با این وضعیت گل و بلبل مشکل در کجاست که هنوز ادبیات ما آن گونه که باید جهانی نشده است؟ مشکل اینجاست که حمایت‌هایی که رخ می‌دهد، کافی نیست. برای نمونه یک ناشر مصری که هشت کتاب دفاع مقدس از ما خریده است. وقتی از رقم حمایتی گرفت برای این کتاب‌ها آگاه شد، انصراف داد و گفت: در دنیا حداقل سه‌هزار دلار پرداخت می‌شود، من با پانصد دلار حمایتی ندارم، ناشر صرف نیز از انتشار چهار کتاب دفاع مقدس به همین دلیل انصراف داد و ناشر ترک تنها دو کتاب از هشت کتاب را پذیرفت که با مبلغ گزینت مصوب منتشر کند. این یکی از ایرادهای عمده است. البته تلاش‌هایی برای برطرف کردن این مشکلات انجام شده است، اما به هر حال باید توجه داشته باشیم که در دنیا عرفی برای حمایت وجود دارد، ما اگر پایین‌تر از این رقم پیشنهاد دهیم انصراف می‌دهند. همان‌طور که مثال زدیم، وقتی چیزی‌ها می‌خواهند کتلی که برایشان مهم است منتشر شود، مبلغ حمایت را بالا می‌برند. دفاع مقدس هم جزو موضوعات کلیدی برای ما است. ما باید اهمیت بیشتری نسبت به کتاب‌های دیگر به آن بدهیم. چرا نگاه ویژه و مجزایی در پرداخت گزینت به آن نمی‌کنیم؟ زمانی که من عضو شورای سیاست‌گذاری گزینت بودم، در شیوه‌نامه بحثی مطرح بود مبنی بر این که تا پنج‌هزار یورو نیز به برخی کتاب‌ها پرداخت شود. اکنون می‌توان برای حوزه دفاع مقدس سقف پرداخت را افزایش داد. وقتی با مدیران آژانس‌های ادبی حرف می‌زنیم، حوزه ادبیات کودک و نوجوان را از حوزه‌های پر استقبال عنوان می‌کنند و معتقدند که ادبیات کودک ایران می‌تواند حرفی در بازارهای جهانی برای گفتن داشته باشد. در حوزه دفاع مقدس و ادبیات کودک و نوجوان وضعیت چگونه است؟ این که ادبیات کودک در دنیا بیشترین فروش رایت را دارد، صحت دارد، چون اولاً تصویر دارد، ثانیاً موضوع آن فرامرز است نه منطقه‌ای. در دنیا طبق آخرین آمار، بیشترین گردش مالی در مبادلات رایت کتاب کودک و نوجوان است، چون هم متن آن خوب به فروش می‌رود و هم تصویر و طرح جلد و هم این که از کتاب‌های کودک و نوجوان رایت تلویزیونی فروخته می‌شود. بعد از ادبیات کودک و نوجوان، رمان بیشترین فروش را دارد. اگر کتلی مستقیم تبلیغ جنگ کرده باشد، جبهه گرفته می‌شود برای نمونه در چین اگر از تصویر تنگ یا صحنه نبرد روی جلد کتاب استفاده شود، مجوز چاپ نمی‌دهند، اما کتاب‌های کودک و نوجوان ما مانند کتاب‌های داوود امیریان که طنز دفاع مقدس است، قطعاً تبلیغ جنگ ندارند و مورد استقبال واقع می‌شوند.



تنها برخی خواص اجازه ساخت فیلم پرفروش دارند

علیرضا جلالی؛ تهیه‌کننده فیلم سینمایی «چاقی» به کارگردانی رامان قوبدل که مدتی است به نمایش درآمده است، درباره وضعیت فروش این فیلم گفت: با توجه به این که «چاقی» هم‌زمان با فرا رسیدن ماه محرم به نمایش درآمد، فروشش طبق انتظار مانده و ما راضی نیستیم. به‌نظر من فروش به دلیل اکران در زمان نامناسب بوده و همین موضوع به ماصدمه زد. به گزارش مهر؛ او افزود: فکری می‌کنم این روزها همه فیلم‌ها در زمان‌های نامناسبی به نمایش درمی‌آیند، از سویی دیگر آن‌ها در رقابتی نابرابر قرار می‌گیرند، برای مثال هم‌زمان با فیلم‌های طنز اکران می‌شوند و در این میان فیلم‌های عارفانه یا روان‌شناسانه سخت مورد اقبال قرار می‌گیرند. البته شرایط اقتصادی، روحی و روانی مردم در این امر تاثیرگذار است آن‌ها به‌قدری گرفتاری و مشکلات دارند که شاید به سببما رفتن فکر نکنند با این وجود احساس می‌کنم رفته‌رفته این موضوع بهبود پیدا می‌کند و بعد از مهرماه شاهد فروش خوب آثار خواهیم بود. جلالی با اشاره به تبلیغات این فیلم در فضای مجازی اظهار کرد: مادر فضای مجازی فعالیت زیادی داشته‌ایم به‌طوری که به‌جای میلیون تومان با تیم تبلیغات «چاقی» در فضای مجازی قرارداد بسته‌ام و آن‌ها برای این فیلم کلیت‌های زیادی ساخته‌اند، البته به‌نظر می‌رسد به دلیل این که در ایام ماه محرم قرار داشتیم این تیزرها و کلیت‌ها چندان دیده‌نشند. این تهیه‌کننده بابیان این که از تبلیغات این فیلم رضایتی ندارند، توضیح داد: تبلیغات صداوسیما بسیار اندک بود اما شرکت بخش فیلم «چاقی» با عنوان فیلم‌رمان هم هیچ تبلیغی برای فیلم نکرد. جلالی عنوان کرد: «چاقی» یک فیلم شکست‌خورده است و این موضوع کار را برای ما به‌عنوان تهیه‌کننده سخت می‌کند و انگ‌زها را پایین می‌آورد به یاد دارم که برای دیگر فیلم‌م من بانام «ماه‌ورا» هم زمان نامناسبی برای اکران در نظر گرفته‌شده، فیلمی که هنوز هم که هنوز است من آن را دوست دارم اما ما مورد بی‌مهری قرار گرفتیم برای مثال «ماه‌ورا» در اهواز ساعت ۱۰ صبح نمایش داشت در این ساعت چه کسی در اهواز به تماشای فیلم می‌نشند؟ به‌نظر من حتی اعتراض کردن هم معنایی ندارد چون عده‌ای برمسند امور هستند که هر کاری که دلشان می‌خواهد انجام می‌دهند، هر فیلمی را که دوست داشته باشند بالا می‌کشند، به آن جایزه می‌دهند و از آن تقدیر می‌کنند و هر فیلمی را که نپسندند به زمین می‌زنند و هیچ‌کس هم نمی‌تواند کاری بکند. این تهیه‌کننده عنوان کرد: من دو فیلم با دو کارگردان جوان ساختم، کارگردان‌هایی که کاراوانی بودند به‌جای این که از من حمایت کنند و بگویند تو سرمایه‌ات را به این سینما آورده‌ای و دو کارگردان به سینما معرفی کردی با من چنین برخورد می‌کنند. در این میان تنها نهادی که از ما حمایت کرد بنیاد سینمایی فارابی بود اما طبقه‌ها ما کم‌لطفی کردند. من دوست دارم چنین نهادهایی یک مقدار خدا را در نظر بگیرند اما در نظر نمی‌گیرند. جلالی با اشاره به این که مشغول مطالعه چند فیلمنامه برای ساخت است، اظهار کرد: من دوست ندارم اقدام به ساخت هر فیلم‌هایی بکنم چون برای مخاطب احترام قائم و فکری می‌کنم در فیلم‌هاییمان باید چیزی برای گفتن داشته باشیم. من هم می‌دانم فیلم‌هایی‌ها خوب فروش خوبی می‌کند اما دوست ندارم چنین آثاری بسازم چرا که فکری می‌کنم بایدشان مردم را در نظر گرفت و رعایت کرد. اگر چند لطفه هم هستی را به هم بچسبانیم یک فیلم طنز می‌شود اما من دوست ندارم چنین کاری کنم البته من مخالف فیلم طنز نیستیم ولی مخالف سفیخ‌سازی هستیم ضمن این که من فیلم‌های طنز داشتم که به‌قدری در شورای پروانه‌ساخت بالا و پایین شد که ما را به فکر فرو برد، چون با مقایسه فیلمنامه ما و فیلم‌های کم‌دی که اکران شدند به این نتیجه رسیدیم که برخی دوست دارند تنها یک عده در این حوزه کار کنند. او تصریح کرد: جالب اینجاست که به من می‌گویند شما دفاع‌مقدسی‌ساز هستید چرا می‌خواهید فیلم طنز بسازید اما همین افراد از فیلم‌های دفاع‌مقدسی ما هم در اکران حمایت نکردند. حالا همین افرادی می‌گویند فیلم طنز بسازید که فکری می‌کنم دلایل این است که قرار است دیگران چنین فیلم‌هایی بسازند و به تعبیری از قبل زنبیل گذاشته‌اند و قول ساخت این فیلم‌ها به افراد نظر کرده داده شده است.

پهنای باند اینترنت سپنتا