اخبار

آی‌فیلم پرطرفدارترین در بازپخش

در تازه‌ترین نظرسنجی مرکز تحقیقات سازمان صداوسیما، آی‌فیلم پرطرفدارترین در بازپخش سریال‌های تلویزیون شد.

به‌گزارش امتیاز، تازه‌ترین نظرسنجی مرکز تحقیقات سازمان صداوسیما در نیمه دوم شهریور و مهر درباره سریال‌های در حال پخش و بازپخش از شبکه‌های سیما منتشر شد.

بر اساس این نظرسنجی، در میان سریال‌های تکراری که از شبکه‌های مختلف سیما در نیمه دوم شهریور و مهرماه سال جاری پخش شده است، «کیمیا» و «پایتخت ۱» هر دو از آی‌فیلم، بیشترین مخاطبان را داشته‌اند.

این دو سریال شبکه آی‌فیلم، به ترتیب با ۱۵،۴ و ۱۳ درصد مخاطب، بیشترین مخاطبان سریال‌های تکراری سیما را داشته‌اند.

بازپخش مجموعه «کیمیا» از اوایل مهرماه در آی‌فیلم فارسی آغاز و با استقبال مخاطبان روبه‌رو شد.

این مجموعه هر شب به‌جز پنجشنبه‌ها ساعت ۲۲ روی آنتن می‌رود.

فصل دوم مجموعه شش‌فصلی «پایتخت» نیز هر شب ساعت ۲۱ برای آی‌فیلمی‌های سراسر کشور پخش می‌شود.

در مستندی از شبکه هیسپان تی وی:

سفر به «کی۲» دومین قله بلند دنیا

مستند «کی۲ و خدمتکاران نامرئی» فردا ۱۹ آبان ماه از شبکه اسپانیایی‌زبان هیسپان تی وی پخش می شود.

به گزارش امتیاز، این مستند به کارگردانی «ایارا لی» زندگی باربرهای محلی در پاکستان و مشکلاتی را که این مردم با آن مواجهند، به تصویر می کشد.

«ایارا لی» در این مستند ضمن معرفی قله «کی۲» به عنوان دومین قله مرتفع جهان بعد از «اورست» و دشواری های صعود به این قله، به میان مردمان بومی این منطقه می رود که به دلیل مشکلات مالی و در ازای دریافت دستمزدهایی ناچیز، جان خود را به خطر می اندازند و بار کوهنوردان را که ممکن است به بیش از ۴۰ کیلوگرم نیز برسد، تا بلندترین نقاط حمل می کنند.

در این مستند می بینیم که صعود به قله «کی۲» که از آن به عنوان «کوه وحشی» نیز یاد می شود، بدون کمک و حمایت بومیان این منطقه امکان‌پذیر نیست. قله‌ای که تعداد صعودهای آن به دلیل دشواری های مسیر، به مراتب کمتر از تعداد صعودها به اورست است و اگر فداکاری ها بومیان منطقه نبود، این صعودهای موفق هم به دست نمی آمد.

مستند «کی۲ و خدمتکاران نامرئی» که در سال ۲۰۱۵ تولید شده، دوشنبه ساعت ۳:۳۰ به وقت تهران روی آنتن هیسپان تی وی می‌رود و تکرار آن همان روز ساعات ۸، ۱۴ و ۲۰:۳۰ پخش می شود.

«سیانور» بهروز شعیبی در شبکه سحر

فیلم سینمایی «سیانور» با کارگردانی بهروز شعیبی از کانال بالکان شبکه سحر پخش می شود.

به گزارش امتیاز، این فیلم با نویسندگی مسعود احمدیان موفق به کسب عنوان جایزه بهترین فیلم از جشنواره «ققنوس» شد.

داستان «سیانور» بازگو کننده وقایع درونی سازمان مجاهدین خلق پیش از انقلاب اسلامی ایران و در سال ۱۳۵۷ است. اختلاف و دو دستگی میان دو گروه در سازمان مجاهدین خلق و درگیری میان چهره های کلیدی آن مانند «تقی شهرام» ، «مرتضی صمدیه لباف» و «مجید شریف واقفی» در متن یک داستان عاشقانه نافرجام برای مخاطبان کانال بالکان روایت می شود. محور اصلی این فیلم ۱۰۰ دقیقه ای زندگی عاشقانه زوجی به نام «امیر» و «هما» است که در آن دوره زمانی به تصویر کشیده می شود. پس از پایان یک سکوت طولانی این دو نفر یکدیگر را می یابند در حالی که یک انتخاب بیشتر ندارند، سیانور یا زندگی! و... مهدی هاشمی، هانیه توسلی، پدرام شریفی، بابک حمیدیان، حامد کمیلی، بهنوش طباطبایی، رضا مولایی و آتیلا پسیانی در «سیانور» نقش آفرینی کرده اند و تهیه کننده این اثر، محمود رضوی است.فیلم سینمایی «سیانور» یکشنبه هجدهم آبان ساعت ۲۳:۳۰ به وقت تهران با زبانگردانی و ترجمه به زبان بوسنیایی توسط آدین یاشاروویچ، بر روی آنتن کانال بالکان شبکه سحر است.

پژوهش های کاربردی معاونت برون مرزی صدا وسیما منتشر کرد:

تنش های آمریکا و ناتو با روسیه در دریای سیاه

به همت واحد پژوهش های کاربردی معاونت برون مرزی صدا وسیما پژوهش «تنش های آمریکا و ناتو با روسیه در دریای سیاه» با تاکید بر رویکرد رسانه ای بودن، در آبان ماه منتشر شد.

به گزارش امتیاز، این پژوهش به وسیله آسیه مهرورز انجام و نگارش شده است.

مهم ترین محورها و موضوعاتی که این پژوهش بدانها اشاره دارد، عبارتند از: اهمیت ژئوپولیتیک و ژئواکونومیک دریای سیاه، تحول در راهبردها و رویکردهای ناتو در دریای سیاه، راهبردها و رویکردهای روسیه در برابر ناتو، رویکرد ناتو و روسیه در پیوستن کریمه به روسیه، اهداف، منافع و رویکرد بازیگران منطقه ای و فرامنطقه ای در دریای سیاه، ابعاد و مصادیق تنش های روسیه، ناتو و امریکا در دریای سیاه. همچنین کنوانسیون «مونتروکس» و مصادیق به چالش کشیدن آن و موضع روسیه و ترکیه درباره کنوانسیون مونتروکس از موضوعات دیگر این پژوهش است. نظارت بر پژوهش بررسی تنش های آمریکا و ناتو با روسیه در دریای سیاه با رویکرد رسانه ای را حسن بهشتی پور بر عهده داشته است.

بحران کتاب در ابهام و انتظار نمایشگاه مجازی

از ازدحام جمعیت در میان غرفه‌های بزرگ و کوچک، هیاهوی علاقه‌مندان برای خرید کتاب و گرفتن امضا از مولفان محبوب‌شان و ارائه آمارهای میلیاردی فروش کتاب در نمایشگاه هرساله بین‌المللی کتاب تهران، حالا فقط ناشران مانده‌اند با بدهی‌های کتاب‌هایی که تاکنون به نمایشگاه کتاب سی‌وسوم تهران نرسیده‌اند، خبرهایی که در هاله‌ای از ابهام نوید برگزاری نمایشگاه مجازی کتاب را می‌دهند و انتظارات‌شان برای حمایت و مشخص شدن هرچه زودتر وضعیت و برنامه‌های این نمایشگاه.

در اردیبهشت‌ماه سال جاری وقتی پس از به گوش رسیدن زمزمه‌هایی درخصوص برگزاری نمایشگاه مجازی کتاب به سراغ برخی از ناشران رفتیم، با وجود موافقت‌ها و مخالفت‌هایی که هر یک داشتند همگی خواستار اطلاع‌رسانی دقیق درباره آن بودند.

مرتضی زینعلی، مدیر نشر دانشگاهی جامعه‌نگر درباره این‌که زیرساخت‌های نمایشگاه مجازی کتاب تا زمان مقرر آماده شود، تردید و پیشنهاد داشت بودجه‌ای که قرار است برای این صرف شود صرف رایگان کردن پست کتاب در سراسر ایران به مدت شش ماه شود، چرا که معتقد بود این‌که پست برای مصرف‌کننده رایگان شود، خیلی بیشتر می‌تواند کار را جلو ببرد.

اما منوچهر حسن‌زاده، مدیر نشر مروارید هر چند درباره جدی بودن نمایشگاه کتاب سوال داشت، می‌گفت: به هر حال این نوآوری‌ها باید انجام شود و طبیعت زندگی امروز است.

بعد از آن، روز ۲۵ شهریورماه ۹۹ پس از گذشت حدود شش ماه از تعویق در برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران و «نمی‌شود» و «می‌شود»های بسیار درباره مجازی شدن آن، آب پاکی روی دست ناشران ریخته و از برگزاری نمایشگاه کتاب تهران به صورت مجازی خبر داده شد که به عقیده رئیس اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران، برگزاری عادلانه آن همانند «برگزاری المپیک به صورت مجازی» است.

هرچند که هومان حسن‌پور پیش از اعلام این خبر می‌گفت هر رویدادی هم که بخواهد به صورت مجازی برگزار بشود، نمایشگاه بین‌المللی کتاب سی‌وسوم نخواهد بود، چون هیچ‌کدام از کاربردها و عملیات‌هایی که در نمایشگاه حضوری بود، در این رویداد مجازی قابل دسترسی نخواهد بود.

حالا حدود دو ماه از اعلام خبر برگزاری نمایشگاه مجازی کتاب می‌گذرد، اما نه از فراخوانی برای ثبت‌نام ناشران داخلی خبری است، نه اعلام زمانی دقیق و نه حتی رونمایی از یک سامانه یا پلتفرم برای برگزاری نمایشگاه. چندی پیش خبر آمد که معاونت امور فرهنگی وزارت ارشاد با شرکت پست تفاهم‌نامه‌ای برای حمایت از نمایشگاه مجازی کتاب امضا کرده است و در خبر برگزاری نشست امضای این تفاهم‌نامه آمده بود: «محسن جوادی با یادآوری نقش مهم پست در نمایشگاه‌های کتاب سال‌های گذشته، خواستار مشارکت بیشتر شرکت ملی پست در نمایشگاه مجازی کتاب در «سال جاری» شد.»

در نهایت تاریخی که می‌شد براساس این خبر تخمین زد با خبری تازه محقق شد. روز چهارشنبه (چهاردهم آبان‌ماه) اعلام شد که نمایشگاه مجازی کتاب در اواخر آذرماه امسال برگزار می‌شود اما شرح فراخوان حکایت از این داشت که هنوز هم انگار حمایتی متوجه ناشران ایرانی نیست! در روزهایی که ناشران ایرانی خصوصا ناشران کوچک می‌گویند که امورات خود را به سختی می‌گذرانند، وزارت ارشاد از نمایندگان ناشران و موزعان کتاب‌های خارجی دعوت کرده تا برای احراز شرایط و زمینه لازم برای ثبت‌نام اولیه در نمایشگاه مجازی اقدام کنند.

در این شرایط وقتی بار دیگر به سراغ ناشران می‌رویم عده‌ای از آن‌ها که پیش‌تر درباره نمایشگاه مجازی کتاب با ایسنا گفت‌وگو کرده بودند گمان می‌کنند که خواسته‌های‌شان انگار منتشر نشده است چرا که هنوز هم در همان ابهام پنج ماه پیش هستند و می‌گویند که هنوز هم مثل همان موقع چیزی از آن رویداد نمی‌دانند! در این میان برخی‌های‌شان هم البته گمان می‌کنند که اصلا نمایشگاه مجازی‌ای در کار نیست و کتاب چنین رویدادی را تجربه نخواهد کرد و در تلاش‌اند تا جور دیگری گلیم خود را از آب بیرون بکشند.

ناشران یکی‌یکی از پا می‌افتند

محمد عزیزی، مدیر نشر روزگار که پیش از اعلام خبر برگزاری نمایشگاه کتاب مجازی گفته بود «با توجه به این‌که نمی‌دانیم منظور از نمایشگاه مجازی چیست، نمی‌توان گفت که فضا در آن به چه شکل خواهد بود. باید اطلاع‌رسانی شود نه این‌که یک‌دفعه بدون اطلاع‌رسانی بگویند دو هفته دیگر قرار است نمایشگاه مجازی کتاب برگزار شود. بدون اطلاع‌رسانی، این کار یک جور کودتا علیه همایش فرهنگی عظیمی است که هر سال انجام می‌گرفت» حالا انتظارش از برگزاری این رویداد را چنین بیان می‌کند: به هر صورت هر گونه تلاشی که از طرف وزارت ارشاد، اتحادیه ناشران و کتابفروشان و هر نهاد دیگری برای برگزاری نمایشگاه کتاب صورت بگیرد که نیتش کمک به ناشران و فروش کتاب باشد، مثبت و خوب است، نسبت به این‌که اصلا انجام نشود. ما به عنوان ناشر از هر تلاشی که در این زمینه می‌تواند صورت بگیرد استقبال می‌کنیم. برای این‌که ما واقعا دنبال این هستیم بتوانیم بفروشیم و بخشی از بدهی‌هایی را که هر روز دامن‌گیر است اقلا تسویه کنیم.

او می‌افزاید: اما به نظر من باید اطلاع‌رسانی دقیق‌تری از طریق صداوسیما انجام گیرد و در رسانه‌ها و به ویژه صداوسیما اطلاع‌رسانی کامل شود که منظور از برگزاری نمایشگاه مجازی کتاب چیست؛ ناشر باید چه کار کند، وزارت ارشاد می‌خواهد چه کار کند، چه میزان بن قرار است به مردم داده شود و... . من به شخصه اطلاع دقیق و روشنی در این زمینه ندارم که این نمایشگاه به چه صورت قرار است برگزار شود؛ فقط می‌دانم که در فضای مجازی است.

این ناشر با بیان این‌که نیت برگزاری نمایشگاه مجازی، نیت خوبی است می‌گوید: مردم حتما باید بدانند که قرار است چه کار کنند و اعلام این رویداد نباید به دقیقه ۹۰ کشیده شود و مردم سرگردان نشوند و قبل از آن اطلاع‌رسانی لازم انجام شود.

او ادامه می‌دهد: هرچند که دیر است اما غصه خوردن و بازگشت به گذشته فایده‌ای ندارد. الان باید شبانه‌روزی تلاش کنند تا مردم و ناشران را از کاری که قرار است انجام شود مطلع کنند. شما باید به عنوان یک خبرگزاری خواست امثال ما را مطرح کنید که نحوه انجام این رویداد چگونه است. شش، هفت ماه پیش گفتیم بی‌خبریم، حالا هم می‌گوییم بی‌خبریم!

عزیزی همچنین درباره وضعیت نشر روزگار در ماه‌های اخیر اظهار می‌کند: سطح فروش همه ناشران خیلی پایین آمده، خصوصا ناشرانی مثل نشر روزگار که فروشگاهی در خیابان‌های اصلی و در دسترس ندارند و چشم‌شان به پخشی‌ها است. وضعیت‌مان جالب نیست، مقداری از کتاب‌های‌مان را در دیجی‌کالا و مقداری از آن‌ها را هم به صورت پی‌دی‌اف می‌فروشیم. در هر صورت تلاش‌مان را می‌کنیم اما این فروش‌ها به نسبت هزینه‌ها واقعا پاسخگو نیست. در این شرایط ناشران نیازمند حمایت جدی وزارت ارشاد، کتابخانه‌های عمومی و سایر نهادها هستند تا از آن‌ها خرید کنند. ناشران یکی‌یکی دارند از پا می‌افتند. مردم از خرید ناتوان شده‌اند و قیمت کتاب‌ها گران است!

انتقادی از نمایشگاه کتاب و وضع ناشران

علی میرزائی، مدیر انتشارت و مدیرمسئول نشریه نگاه نو که نگاهی انتقادی نسبت به برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب دارد می‌گوید: من از اول که این نمایشگاه‌ها برپا شد، نسبت به آن‌ها نظر انتقادی داشتم و آن این است که این اسمش نمایشگاه نیست بلکه فروشگاه است. نمایشگاه آن است که در لندن و فرانکفورت برگزار می‌شود و جای دیداری برای دست‌اندرکاران کتاب و نشر است. در آن‌جا کتاب یک رسانه است و این باعث می‌شود گروه‌های خیلی بزرگی از کسانی که در کار کتاب هستند کنار هم جمع شوند و حتی قرارداد ببندند. متاسفانه ما این کارکرد نمایشگاه را از آن گرفته‌ایم و در این‌جا به یک فروشگاه خیلی بزرگ تبدیل شده است و ناشران به قیمت تعطیل شدن کتابفروشی‌ها در آن حضور پیدا می‌کنند.

او می‌افزاید: من چندبار در نمایشگاه کتاب تهران به دلیل ازدحام جمعیت بیهوش شدم، جمعیتی که به نظر خیلی کم مخاطب حرفه‌ای کتاب است. اما ناشران خصوصا ناشران بزرگ یا دولتی خیلی از این رویداد استقبال می‌کنند. ولی من همیشه فکر می‌کنم این نمایشگاه نیست بلکه فروشگاه است. البته بد نیست ولی ما که خودمان این نمایشگاه را خلق نکرده‌ایم، آن را که در جای دیگری خلق شده گرفته‌ایم و کارکرد بومی‌ای برایش درست کرده‌ایم که مغایر با اصل قضیه است.

میرزائی همچنین درباره برگزاری نمایشگاه کتاب به صورت مجازی بیان می‌کند: من نمی‌دانم به چه ترتیب قرار است برگزار شود، کسانی که صحبتش را می‌کنند باید بگویند. اما چون خودم این روزها با کار مجازی خیلی درگیرم به نظرم این‌طور خواهد شد که شاید هر یک از ناشران با دوربین و ابزاری برای کاربران کتاب‌های‌شان را به نمایش بگذارند اما تصوری دقیق و علمی ندارم که چطور می‌خواهند سه، چهارهزار ناشر فعال را در این فضا جمع کنند.

او کار نشر را کاری اقتصادی – فرهنگی می‌داند و می‌گوید: برای هزارمین بار می‌گویم، این را قبول ندارم که ناشران و صاحبان مطبوعات ما هر بار که صحبت می‌کنند گریه می‌کنند که «ما بدبخت و بیچاره‌ایم» و «ما خانه‌مان و انگشتر زن‌مان را برای این کار فروخته‌ایم». من همیشه فکر می‌کنم چه ضرورتی دارد که کسی خانه‌اش را بفروشد تا کتاب و مجله دربیاورد؟ مگر این کتاب و مجله‌ای که درمی‌آورد چیست؟ برای همین این حرف‌ها را قبول ندارم. بروید از اداره کتاب بپرسید که چندهزار نفر فرم پر کرده‌اند و در صف هستند که ناشر شوند. اگر نشر یک بیزینس خوب نیست پس این‌ها مگر دیوانه‌اند؟! بعضی‌ها می‌گویند این‌ها عاشق‌اند. عاشق آقای جعفری، مدیر انتشارات امیرکبیر بود که زندگی‌اش را پای این کار گذاشت و تا شاهرگش پای آن ایستاد.

کمیته‌ای برای نظرخواهی از ناشران تشکیل شود

پونه ندائی، مدیر نشر اَمرود نیز درباره برگزاری نمایشگاه مجازی کتاب می‌گوید: به نظر من نمایشگاه مجازی کتاب فرصتی عالی برای این است که ما بخش فروش و بازاریابی کتاب را در دنیای دیجیتال تجربه و آزمایش کنیم. من فکر می‌کنم این بستر خیلی خوبی است برای همین بهتر است کمیته‌ای از ناشران در حوزه‌های مختلف تشکیل شود تا نظرات و انتظارات ناشران پرسیده شود و وزارت ارشاد از این طریق بتواند به یک جمع‌بندی برسد.

او همچنین درباره انتظارهایش بیان می‌کند: من انتظار دارم این سامانه دسترسی راحتی به کتاب‌ها داشته باشد و مشتری را مستقیما به ناشر یا مرکز پخش وصل کند تا بتوانند به راحتی کتاب فیزیکی را خریداری کنند. من فکر می‌کنم وزارت ارشاد با بودجه و سرمایه‌ای که می‌خواهد در این زمینه صرف کند باید راهی برای تسهیل ارتباط مشتری با ناشر ایجاد کند. ولی جزئیات این نیاز به کار دارد و من امیدوارم وزارت ارشاد وقت کافی را صرف گرفتن نظرات مختلف از ناشران حوزه‌های مختلف کند و بتواند سازوکار آماده کردن این سامانه را تعریف و راه‌اندازی کند.

ندائی می‌افزاید: من خیلی خوشحالم که این اپیدمی باعث شد فرم نمایشگاه کتاب که فستیوالی بود و شلوغی زیاد و کارایی کمی داشت برداشته شود. می‌شود نشست‌ها را هم به صورت آنلاین برگزار کرد و ناشران بین‌المللی را دعوت کنند، همه این‌ها می‌توانند تعریفی حرفه‌ای و جامع داشته باشند. من توقع دارم قبل از هر چیز در کمیته‌ای از ناشران حوزه‌های مختلف دعوت و نظرات‌شان جمع‌آوری شود.

این ناشر همچنین درباره وضعیت فروش نشرش در ماه‌های اخیر می‌گوید: فروش خیلی پایین بوده، نشر امرود به این نتیجه رسیده که بیشتر به سمت کتاب‌های الکترونیک یعنی ای بوک و اودیو بوک برود. در این مدت نسخه کاغذی خیلی کم فروختیم.

«بودجه کلانی» که می‌تواند ناشران را از بحران نجات دهد

اعظم کیان‌افراز، مدیر انتشارات افراز نیز درباره برگزاری نمایشگاه مجازی کتاب در شرایط فعلی می‌گوید: در آبان‌ماه هستیم و تقریبا هفت، هشت ماه از زمان برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران گذشته است و در حقیقت چهار، پنج ماه بیشتر به زمان معمول نمایشگاه بعدی نمانده است. اما ما فقط اخبار را می‌شنویم که قرار است نمایشگاه مجازی برگزار شود و هنوز هیچ فراخوانی برای ثبت‌نام اعلام نشده که بدانیم اصلا سازوکار برگزاری این نمایشگاه به چه صورت است. به هر حال هیچ وقت نمایشگاه مجازی نمی‌تواند جایگزین نمایشگاه فیزیکی باشد.

او ادامه می‌دهد: وقتی برای اولین‌بار اعلام شد که قرار است نمایشگاه مجازی کتاب برگزار شود، خیلی با آن موافق نبودم ولی وقتی می‌بینیم که کرونا فعلا با ما هست و یک جور باید با آن کنار بیاییم و زندگی و کارمان را براساس این «پدیده» بچینیم، چاره‌ای نیست. متاسفانه ناشران خیلی به نمایشگاه وابسته‌اند. می‌شود گفت که صنعت نشر ایران به نمایشگاه کتاب تهران و آن نقدینگی‌ای که در آن ایام به صنعت نشر تزریق می‌شود وابسته شده و حیات صنعت نشر به آن وابسته است. در همه جای دنیا نمایشگاه کتاب، فروشگاه نیست اما در ایران به این صورت است. همه چیز جدید و به‌روز شده، تیراژهای پنج‌هزارتایی ۵۰۰تایی و چاپ‌ها جدید و هزینه‌ها چندبرابر شده اما متاسفانه پخش و فروش کتاب به همان شیوه سنتی است.

این ناشر می‌گوید: ناشران امسال هم مثل هر سال تولیدات زیادی داشتند اما نمایشگاه کتاب تهران برگزار نشد. حتی ما از طرف اتحادیه پیشنهاد دادیم تا بودجه‌ای که صرف برگزاری نمایشگاه می‌شد از ناشران کتاب خریده و کتابخانه‌های عمومی تجهیز شود. اما هیچ پاسخی دریافت نکردیم در حالی که کتابخانه‌های عمومی استان‌های مختلف از ما درخواست کتاب دارند و این یعنی آن‌ها به‌روز نیستند و به کتاب نیاز دارند. او که معتقد است ناشران آسیب زیادی از وضعیت کرونایی دیده‌اند می‌افزاید: ناشران توقع حمایت از دولت دارند که خرید کتاب یکی از راه‌های آن است.

اعظم کیان‌افراز با بیان این‌که برگزاری نمایشگاه مجازی کتاب باید زیرساخت‌های لازم اینترنتی را داشته باشد می‌گوید: خبرش می‌آید اما هنوز اعلام عمومی نشده که بدانیم راهکارش چیست. اما خرید کتاب توسط دولت می‌تواند به موازات نمایشگاه هم باشد. بودجه کلانی که هرساله صرف برگزاری نمایشگاه‌های استانی و بین‌المللی کتاب می‌شد می‌تواند ناشران را از این بحران نجات دهد تا آن‌ها بتوانند مثل سابق کتاب تولید کنند.

او همچنین با اشاره به آسیب‌های جدی‌ای که در دوران کرونایی به نشرش وارد شده بیان می‌کند: ما همیشه با دست پر به نمایشگاه می‌رفتیم و چون اعلام شد که نمایشگاه برگزار می‌شود از آذرماه شروع به تولید و چاپ کردیم اما عناوین زیادی کتاب تا اواسط اردیبهشت‌ماه روی دست‌مان مانده بود و یک دفعه نمی‌شد آن‌ها را وارد بازار کتاب کرد و به مرور و کم‌کم وارد بازار کتاب کردیم. همچنان اما منتظریم که یک اتفاق اساسی بیفتد چون برای کتاب‌هایی که وارد بازار کردیم هم مراکز پخش به ما چک یک‌ساله داده‌اند و اوضاع به سختی اداره می‌شود. هرچند که نمایشگاه مجازی می‌توانست در هفته کتاب برگزار شود اما نشد. امیدوارم اگر قرار هست نمایشگاهی برگزار شود، هرچه سریع‌تر برگزار شود تا ما بتوانیم برای آن برنامه‌ریزی کنیم؛ برای تولید و تعهداتی که به نویسندگان داریم. ما این چندماه اصلا از نویسندگان پذیرش نداشتیم.

با این همه آیا وضعیت برگزاری نمایشگاه مجازی کتاب برای ناشران داخلی باز هم در هاله‌ای از ابهام خواهند ماند یا به انتظار آن‌ها پایان داده خواهد شد؟ آیا نمایشگاه مجازی به ناشران ایرانی هم امکان حضور خواهد داد یا تعلل در حمایت از آن‌ها با وجود سخت‌تر شدن شرایط ادامه خواهد یافت؟ علاوه بر این آیا در صورت برگزاری، نمایشگاه مجازی کتاب می‌تواند انتظارهای ناشران و کتاب‌دوستان را محقق کند یا بحران در صنعت نشر کشور ادامه خواهد داشت و به قولی ناشران یکی‌یکی از پا می‌افتند؟

انتظار می‌رود حالا پس از دعوت از نمایندگان ناشران و موزعان کتاب‌های خارجی برای نمایشگاه مجازی، تکلیف وضعیت حضور ناشران ایرانی در این نمایشگاه و جزئیات چگونگی برگزاری آن هرچه زودتر روشن شود.

پی‌نوشت: گفت‌وگو با ناشران در این گزارش پیش از اعلام خبر «دعوت از نمایندگان ناشران و موزعان کتاب‌های خارجی برای نمایشگاه مجازی» انجام شده است.

شناخت شاهنامه با مجموعه کتاب «حماسه بشکوه»

مجموعه «حماسه بشکوه» اثر بهمن افشانی آقاجری در دو جلد توسط انتشارات سیاهرود منتشر شد. جلد اول ۳۵۶ صفحه دارد و با بهای ۶۵ هزار تومان در دسترس مخاطبان قرار گرفته و جلد دوم نیز ۴۰۷ صفحه دارد و بهای پشت جلدش ۷۲ هزار تومان است.

«حماسهٔ بشکوه» شاهنامه را به مخاطبان معرفی می‌کند. در این کتاب دوجلدی سعی بر این بوده تا کل شاهنامه هم به نظم و هم نثر بیاید. می‌دانیم که شاهنامهٔ فردوسی در سه قلمرو و بُعد سُتُرگ، یعنی بُعد هنری، داستانی و زبانی، دلربایی و خودنمایی می‌کند. در بعد هنری، هر چند آثار حماسی ساختار روایت‌گونه دارند و میدان آرایه‌های هنری و بازی با الفاظ برای شاعر کم است و به این دلیل است که حماسه‌سرایان را گاهی ناظم (نظم‌کننده) می‌نامند تا شاعر، و بهترین ابزار هنری آن‌ها را اغراق می‌دانند.

در بعد دوم، نگاه داستانی به شاهنامه؛ تردیدی نیست که بسیاری از آثار عرفانی و ادبی آکنده از داستان و حکایت است، اما داستان در شاهنامه را باید با نگاهی ژرف‌تر دید، داستان‌هایی که در پشت آن فرهنگ و تاریخ نهفته است و نشان از سلسلهٔ نسل‌ها و نیاکانی دارد که در این مرز و بوم زیسته است.

و از منظر زبانی دیگر بر کسی پوشیده نیست که زبان ابزار همبستگی و نزدیکی یک ملت به هم است و فردوسی در قرن پنجم این خط پیوند را با آفرینش اثر خود با هویت و نیاکان ما ایجاد کرد و سی سال کوشید که همه‌جانبه این فرهنگ و میراث را برای نسل‌های بعدی زنده نگاه دارد. شاهنامه انباشته از واژه‌های زیبا و دلنشین فارسی است که می‌تواند بهترین جایگزین برای بسیاری واژه‌های نامأنوس باشد.

نظر به این ویژگی‌ها، بنا شد مجموعه‌ای از شاهنامه فراهم آید که تمام شاهنامه را در برگیرد تا تمام گروه‌ها، چه دانشجویان ادبیات و چه دیگر جوانان و مردمان شیفته به شاهنامه، با این اثر بزرگ آشنا شوند. به منظور آسان‌خوانی و کم‌حجم‌تربودن کتاب، شیوهٔ نگارش این مجموعه بدین‌گونه پیش برده شد که کل شاهنامه به نثر و خلاصه‌وار پیش روی خواننده قرار گیرد تا خواننده با فضای کلی شاهنامه و زنجیرهٔ رخدادها کامل و دقیق آشنا گردد و دیگر این‌که جذاب‌ترین و مهم‌ترین داستان‌های شاهنامه به نظم و شرح تک تک ابیات به زبان ساده در اختیار خوانندگان قرار داده شود. از آنجا که شاهنامه به سه دورهٔ اساطیری و پهلوانی و تاریخی بخش‌بندی می‌شود و مهم‌ترین بخش آن، رویدادهای پهلوانی است، تلاش شد که بخش بزرگ کار اختصاص به دورهٔ پهلوانی داشته باشد، لذا «حماسهٔ بشکوه» با یک مقدمه و دو دفتر جداگانه تألیف شد.

در مقدمهٔ کتاب به موضوع شاهنامه پرداخته می‌شود که تاریخ ایران قدیم از آغاز تمدن نژاد ایرانی تا پایان حکومت به‌دست عرب‌ها را در بر می‌گیرد. سه دورهٔ اساطیری، پهلوانی و تاریخی در شاهنامه توضیح داده می‌شود و ضمن شرح مفهوم حماسه، ۹ حماسه از حماسه‌های ملی ازجمله گرشاسپ نامه؛ بهمن‌نامه؛ بانو گُشَسپ نامه؛ برزونامه و چند حماسهٔ دیگر برای خوانندگان می‌آید؛ به‌علاوه، برخی از مهمترین حماسه‌های جهان هم از دید نویسنده به دور نمانده و

آن‌ها هم برای مخاطب توضیح داده می‌شود، از جمله حماسه‌های عهد باستان، گیلگمش، ایلیاد، ادیسه، مهابهاراتا، رامایانا.

دفتر نخست، از آغاز پادشاهی کیومرث و دیگر پادشاهان به همراه رخدادها به نثر و برخی ابیات گزیده تا مرگ سیاوش و حوادث پس از او و مرگ فرود را در بر می‌گیرد. این دفتر تکیه بر داستان ضحاک، قیام کاوه و فریدون، داستان سهراب، داستان سیاوش و فرود است با ابیات مفصل و شرح تک تک ابیات. دفتر دوم، پس از فرود تا مرگ رستم را شامل می‌شود که در این‌جا بر داستان اکوان دیو، بیژن و منیژه، هفت خان اسفندیار و نبرد رستم و اسفندیار که با ابیات مفصل و شرح تک تک ابیات به زبان ساده تأکید می‌شود.

اخبار

به پاس برگزاری برنامه در سوگ مهر

تقدیر از مدیریت و پرسنل پردیس تئاتر تهران

مدیریت و پرسنل پردیس تئاتر تهران در روز ۱۸ آبانماه تجلیل شدند.

به گزارش امتیاز: این مراسم بخاطر برگزاری برنامه در سوگ مهر طی روزهای ۱۹ تا ۲۶ آبانماه با حضور سید صفی رمضانی معاون نهاد مقام معظم رهبری(مد ظله العالی)در دانشگاه جامع علمی کاربردی و مجید خسروان مدیر هیییتهای مذهبی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری(مد ظله العالی) در دانشگاه جامع علمی کاربردی برگزار شد .در این مراسم ابتدا حاج سید صفی رمضانی ضمن تمجید از عملکرد همکاران پردیس در برگزاری برنامه فرهنگ را در راس مسایل جامعه عنوان و اذعان داشت متولیان فرهنگی بخصوص در عرصه تئاتر و سینما باید تلاش بیشتری نشان دهند.وی در قسمت دیگری از سخنانش فرهنگ غرب را یک فرهنگ صرفا مادی عنوان و فرهنگ ناب و الهی و اصیل اسلامی را بهترین جایگزین آن معرفی کرد،ایشان در ادامه ترامپ را نماینده فرهنگ مادی غرب عنوان داشت که بخاطر پول و کسب درامد به هر کاری تن میداد و ازشهید سردار سلیمانی را نیز نماینده فرهنگ ناب و اصیل اسلامی در عصر حاضر نام برد که پس از ۴۰ سال مجاهدت در جبهه حق سرانجام به آرزویش رسید و به خیل یاران ابا عبدالله (ع)ملحق شد. رمضانی در ادامه پاسداشت الگوها و ارزشهای اصیل دینی و اسلامی را وظیفه هنرمندان و فعالان فرهنگی عنوان داشت و از مدیریت و پرسنل /ردیس تئاتر بخاطر برنامه های مذهبی برگزار شده تجلیل کرد.حسین عالم بخش مدیر پردیس تئاتر تهران در ادامه ضمن تقدیر از تلاش همکاران به تبیین اهم فعالیتهای پردیس تئاتر تهران پرداخت وبر ادامه برنامه های این پردیس با وجود مشکلات اظهار امیدواری کرد.

ردپای ادبیات در اسباب‌بازی

در حوزه صنایع فرهنگی باید بدانیم که عدم شناخت کاراکترهای ادبی میان طراحان، از معضلاتی است که در این حوزه شناخته شده است، در واقع برخی از طراحان اصلاً با تاریخ کشورمان آشنایی خاصی ندارند و آن‌ها نیز فقط یک رستم و سهرابی و یا یک کلیله و دمنه‌ای شنیده‌اند که احتمالاً آن‌هم به واسطه امتحانات ادبیات فارسی پایان‌ترم مدارس بوده است! زمانیکه یک نفر اطلاعی از موضوعی ندارد و هنوز به آن تسلط بخوانید آشنایی سطحی پیدا نکرده است، چگونه می‌تواند آن را برای دیگری توصیف کند؟ حال اینکه باید آن‌را برای گروه‌های سنی کوچک‌تر و به زبان‌خودشان بپردازد که این خود یک مسئله دیگری است. شاید اگر طراح ایرانی از این ظرفیت‌ها به درستی آگاه شود، بالانگیزه و امیدواری بیشتری به سراغ آنها برود و پرداخت بسیار بهتری داشته باشد که تولیدکننده را مجاب به استقبال از این کاراکترها کند. البته این عامل فقط مختص طراح نیست؛ حتی بسیاری از والدین نیز آشنایی بسیار سطحی با تاریخ کشورمان دارند و به همین دلیل خیلی به کاراکترهای ایرانی روی خوش نشان نمی‌دهند و از آنها استقبال نمی‌کنند. شاید نیاز به یک نهضت و انقلاب ادبی و تاریخی داریم؛ شاید نیاز باشد یک‌بار تصمیم بگیریم تا با ادبیات غنی خودمان آشتی کنیم و نگاهمان را بیشتر از گذشته معطوف به این ادبیات کنیم. حامد تأملی طراح و پژوهشگر حوزه صنایع فرهنگی از مسائل کاراکترسازی اسطوره‌ها می‌گوید که در ادامه می‌آید:

تأملی درباره اسطوره‌سازی و کاراکترسازی و کم‌پرداختن آن در حوزه صنایع فرهنگی به‌خصوص بهره‌مندی در حوزه اسباب‌بازی می‌گوید: اینکه چرا از اسطوره‌هایمان در کاراکترسازی بهره نبردیم، به دلیل چند ویژگی است اینکه رقبای غربی پروسه قهرمان‌سازی که ارائه می‌دهند کاملاً به‌روز و کامل است و در بازار به دلیل تنوع زیاد در محصولات نمود بیشتری پیدا کردند. اگر درباره اسطوره یا قهرمان خارجی مثل بتمن و کاپیتان امریکن یا سوپرمن و... صحبت کنیم تأثیرات این‌ها در بحث تجاری‌سازیشان است. اتفاقی که در بحث اسطوره‌ها و کاراکترهای ادبی در کشورمان رخ نمی‌دهد به دلیل همین بحث تجاری‌سازی است. در حال حاضر ما در ایران سازوکاری نداریم که به اسطوره‌های تاریخی و کاراکتر ادبی‌مان با دید تجاری سازی نگاه کنیم و مجموعه‌هایی باشند که به‌صورت تخصصی ب