فرهنگ

دوشنبه :: ۱۳ خرداد ۱۳۹۸ :: شماره ۵۳۹۹

جام جم ۹

پیشخوان کتاب

با اعلام پرفروش‌ترین کتاب طرح پاییزه سال ۹۷

«یادت باشد» از همه سبقت گرفت

براساس آمارهای ثبت شده توسط خانه کتاب، کتاب «یادت باشد» به‌عنوان پرفروش‌ترین کتاب طرح پاییزه ۹۷ با فروش ۱۰۵۶ نسخه معرفی شده است.

طرح «پاییزه ۱۳۹۷» دهمین دوره از طرح «توزیع یارانه کتاب از طریق کتابفروشی‌ها» بود که با شعار «حال خوش خواندن با پاییزه کتاب» همزمان با بیست و ششمین دوره هفته کتاب جمهوری اسلامی ایران به مدت ۹ روز در آبان و آذر ۹۷ در تهران و به مدت ۱۱ روز در دیگر استان‌های کشور برگزار شد و ۶۷۶ کتابفروشی و ۵۰۰۰ ناشر فعال در این طرح شرکت داشتند.

آمار و اطلاعات فروش پاییزه دقیق‌ترین و مستندترین و معتبرترین آمار فروش در حوزه کتاب است و برای ارزیابی تحلیل و برنامه‌ریزی در حوزه اقتصاد نشر، مخاطب شناسی، موضوع‌شناسی و جریان‌شناسی نشر کاربرد دارد و خانه کتاب ایران طی کتابچه‌ای دقیق آمار و اطلاعات مربوط به طرح «پاییزه ۹۷» را ارائه داده است.

در این آمار نام برخی کتاب‌ها و ناشران بیشتر از سایر کتب و انتشارات به چشم می‌خورد و برخی ناشران و کتاب‌ها سهم کمتری از فروش و استقبال مخاطبان را دارا بودند. یکی از نام‌هایی که در میان این آمار و اطلاعات بسیار به چشم می‌خورد و جلب توجه می‌کند نام «انتشارات شهید کاظمی» و کتاب‌هایی است که این انتشارات در سطح کشور عرضه کرده است.

بر اساس آمارهای ثبت شده توسط خانه کتاب ایران، کتاب یادت باشد به‌عنوان پرفروش‌ترین کتاب طرح پاییزه ۹۷ با فروش ۱۰۵۶ عدد کتاب معرفی شده است که با رتبه دوم پرفروش‌های کتاب که فروش تعداد ۷۵۴ کتاب است اختلاف قابل توجه و درخوری دارد.

کتاب یادت باشد عاشقانه‌ای درباره زندگی شهید مدافع حرم حمید سیاهکالی مرادی است که به روایت همسر شهید و به قلم رسول ملاحسنی به رشته تحریر درآمده و در کمتر از سه ماه به چاپ هجدهم خود رسید و توانست جایگاه خوبی در قلب جامعه باز کرده و عنوان پرفروش‌ترین کتاب طرح پاییزه ۹۷ را از آن خود کند.

کتاب دیگری از نشر شهید کاظمی که بسیار مورد اقبال مخاطبین کتابخوان و عموم مردم قرار گرفت کتاب «سربلند» بود که این کتاب نیز در آمار پرفروش‌ترین کتاب‌های تالیفی پاییزه کتاب ۹۷ در جایگاه سوم قرار گرفت و با اختلاف کمی از کتاب دوم موفق به فروش تعداد ۶۸۶ کتاب در سطح کشور شد.

سربلند روایتی از زندگی شهید مدافع حرم محسن حججی است که به قلم محمدعلی جعفری نوشته شده و مخاطب را با ابعاد مختلف شخصیتی شهید آشنا می‌کند و از همان آغاز با استقبال کم نظیر عموم مردم رو به رو شد و طی مدت زمان کوتاهی به تیراژ ۵۰۰۰ جلد رسید و در طرح پاییزه کتاب نیز خوش درخشید.

پرونده جام جم برای سی‌امین سالگرد عروج امام(ره)

حالا که می‌روی...

۱۰
۱۱
۱۲

واکنش «گاج» به گزارش جام جم از نشست خبری رئیس نمایشگاه کتاب

گروه فرهنگ و هنر

در پی انتشار گزارشی با تیتر «هاج و گاج» در تاریخ ۱۵ اردیبهشت امسال، انتشارات گاج جوابیه‌ای در اختیار جام جم قرار داده و در آن نسبت به این گزارش واکنش نشان داده است.

در ادامه این جوابیه را مرور کرده و توضیحات این ناشر از نظر می‌گذرانیم:

اگر اندکی نسبت به روند اجرایی و برگزاری ۳۲ ساله نمایشگاه کتاب آن هم درخصوص تبلیغات این نمایشگاه اطلاع کسب می‌فرمودید، به سهولت متوجه می‌شدید که هیچ اتفاق عجیبی رخ نداده است، شرکتی به نام ریحان فیلم در مزایده قانونی برگزاری نمایشگاه کتاب که از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برگزار گردید، شرکت و به عنوان برنده مزایده معرفی می‌گردد، در این مسیر ما به مانند همه ناشران دیگر همانند سال‌های گذشته برای مذاکره و اکران تبلیغات‌مان با این شرکت جلسه گذاشته و پس از برگزاری جلسات فشرده درخصوص جانمایی و اکران تبلیغات، در نهایت به جهت عدم استقبال دیگر ناشران از فضاهای خالی تبلیغاتی و وجود فضاهای خالی تبلیغاتی، به این جمع‌بندی رسیدیم که علاوه بر اکران تبلیغات هر ساله‌مان بتوانیم فعالیت‌های جدیدمان را نیز که بیشتر روی معرفی اپلیکیشن طاقچه متمرکز بود اطلاع‌رسانی و از فضاهای تبلیغاتی فروش نرفته نیز با قیمت تمام شده، استفاده نماییم، تا از زیان این شرکت تبلیغاتی نیز جلوگیری شود و در این بخش همان‌گونه که ذکرش رفت تمرکز اصلی ما با توجه به گرانی و کمبود کاغذ روی تبلیغ کتاب‌خوان الکترونیکی طاقچه بود.

در ادامه تیتر دیگری زده‌اید با عنوان «تجدید نظر می‌کنیم» که اتفاقا ما هم با این تیتر به‌شدت موافقیم، چرا که بارها و بارها در ۱۱ روز نمایشگاه تخلفاتی را از شرکت ریحان فیلم درخصوص اکران تبلیغات‌مان شاهد بودیم و بی‌تجربگی این شرکت تازه‌وارد به عرصه تبلیغات نمایشگاهی چالش بدی برای صاحبان آگهی، نظیر ما بود، چرا که تمام ۱۱ روز نمایشگاه را به مجادله و بحث و کش و قوس درخصوص جاری‌سازی مفاد قراردادمان با شرکت ریحان فیلم گذراندیم و چه بد اتفاقی بود که مسؤولان برگزاری نمایشگاه کتاب، تبلیغات بزرگ‌ترین رخداد فرهنگی کشور را به شرکتی سپرده بودند که در این خصوص کمترین تجربه را داشت.

در راستای این مشکلات و در همان ایام نمایشگاه طی نامه‌ای به شماره ۴۶۶/ ب/ ۹۸ مورخ ۹۸/۲/۱۱ خطاب به شرکت ریحان فیلم با تبیین تعدادی از تخلفات قراردادی، متذکر این موضوع که به هیچ‌کدام از تعهدات قرارداد تبلیغاتی فی‌مابین، به طور کامل و بی‌عیب عمل نشده و ضمن آن درخواست جبران خسارت و پرداخت ضرر و زیان نیز مطرح گردید.

به نگارنده محترم روزنامه جام‌جم آنجا که به تبلیغات گاج و برندهای اقماری آن اشاره می‌کند گوشزد می‌نمایم نسبت به برخی از فعالیت‌های شاخص و توسعه‌دهنده عدالت آموزشی این نشر حداقل به شرح مختصر ذیل آگاه باشید و نه این‌که صرفا و بدون آگاهی قلم‌فرسایی نمایید، بدانید که زدن تیترهای بدون پشتوانه و فقط به بهای لحظه‌ای دیده‌شدن و سوءاستفاده از نام برند گاج، نه ماندگار است و نه قابل باور. بدانید مردم ما سواد رسانه‌ای مطلوبی دارند و فریب ظاهر متوازن تیترهایی توهین‌آمیز نظیر هاج و گاج را نمی‌خورند. آنها توان بخش خصوصی را باور دارند و عمیقا می‌دانند که ما در سایه اعتمادشان نفس کشیده و حیاتمان را به اعتماد ۱۸ ساله ایشان گره زده‌ایم و همچنین نسبت به خدمات باکیفیت منصفانه قضاوت می‌کنند.

همچنین در ادامه آمده است: «در پایان و به منظور روشن شدن افکار عمومی پرسش مهمی از مدیرمسؤول گرامی و سردبیر محترم روزنامه جام‌جم دارم، چرا که معتقدم تمامی مطالب مندرج در روزنامه پیش از چاپ بدون تردید به رویت و تایید ایشان رسیده است و آن پرسش این که به راستی شما با باور مخاطبانتان چه می‌کنید؟ مگر نه این است که روزنامه جام‌جم متعلق است به سازمان صدا و سیما و مگر نه این است که سهم تبلیغات گاج در رسانه ملی از رسانه‌های دیگر نظیر رسانه‌های مکتوب، محیطی، نمایشگاهی و... بیشتر است، پس چرا شما نسبت به تبلیغات گاج در رسانه ملی قلم نمی‌زنید؟ نکند آنگاه که بودجه تبلیغاتی گاج در جای دیگری به‌جز رادیو و تلویزیون هزینه می‌شود، قلم‌هایتان جانی می‌گیرند برای زدن تیترهایی توهین‌آمیز نظیر هاج و گاج و اجازه بدهید اندکی تردید کنیم در ماهیت دغدغه‌تان درخصوص حجم تبلیغات، چرا که می‌دانید، می‌دانیم و مردم نیز به‌خوبی آگاهند که بیشترین سهم تبلیغات گاج در رسانه ملی است.»

توضیح

مکث

گزارش مورد اشاره انتشارات گاج با تیتر «هاج و گاج» در تاریخ ۱۵ اردیبهشت ۹۸ بر مبنای اطلاعاتی نوشته و مورد استناد قرار گرفته است که مهدی اسماعیلی‌راد، معاون اجرایی سی‌و دومین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران در نشست خبری تاریخ ۱۴ اردیبهشت ماه جاری در محل مصلای امام خمینی(ره) رسانه‌ای کرده است. اسماعیلی‌راد در این نشست با تایید بعضی تخلفات صورت گرفته در بخش تبلیغات محیطی نمایشگاه کتاب، نام انتشارات گاج را به عنوان یکی از مصادیق موضوع به میان آورده و به آن اشاره کرده است. مطلبی که البته به جز روزنامه جام‌جم در سایر رسانه‌هایی که در نشست خبری مزبور حضور داشتند هم منعکس شده و قابل دسترسی است و کمترین نشانه‌ای از توهین‌آمیز بودن در آن مشاهده نمی‌شود.

ضمن آن‌که گروه فرهنگ و هنر جام‌جم جهت رعایت انصاف در تهیه گزارش مذکور، پیگیر گفت‌وگو با مدیرعامل محترم انتشارات گاج هم بود، اما ایشان حاضر به گفت‌وگو نشد. دغدغه جام‌جم نیز همان‌گونه که در گزارش مشخص است، شفافیت برای ایجاد فرصت متناسب تبلیغات برای همه فعالان در نمایشگاه کتاب بوده است؛ نه فعالیت‌های گاج مورد بحث بوده و نه نسبت سهم تبلیغات آن.

پشت صحنه

روز امام

این هفته از آن پایان هفته‌هایی است که وزن اتفاقات و وقایعش در تقویم حسابی سنگین است و چند روزی را هم تعطیل کرده است. اتفاقاتش از چهاردهم خرداد سالگرد ارتحال رهبر کبیر انقلاب اسلامی امام خمینی(ره) آغاز می‌شود و می‌رسد به ۱۵ خرداد، سالروز یک قیام انقلابی. بعد هم در همین ایام، روزهای پایانی ماه رمضان را پشت سر گذاشته و عید شیرین فطر را یکپارچه جشن می‌گیریم و به نماز می‌ایستیم. اما برویم سراغ این‌که قبل از فرارسیدن تعطیلات مناسبت‌هایی که ذکرشان رفت، برایتان چه تدارک دیده‌ایم.

صفحات ۱۰، ۱۱ و ۱۲ امروز ویژه‌نامه‌ای است که همکارانمان به مناسبت ارتحال امام خمینی برایتان تدارک دیده‌اند. محمدصادق علیزاده، دبیر گروه فرهنگی در صفحه ۱۱ رفته سراغ کتاب «الف لام خمینی» نوشته هدایت‌ا... بهبودی.

این کتاب زندگی‌نامه بنیانگذار انقلاب اسلامی است و در جشنواره‌های مختلف هم جوایزی را از آن خود کرده است. علیزاده درباره این کتاب نقد و تحلیلی نوشته جامع که می‌تواند شما را در جریان محتوای کتاب قرار داده و تمام تلاش‌های بهبودی را برایتان در این مطلب شرح کرده است.

همچنین در حاشیه این مطلب نگاهی انداخته ایم به توییت‌های کتابخوانان درباره این اثر و نظرات منتقدان و پژوهشگران را هم درباره‌اش جمع‌آوری کرده‌ایم.

در صفحه ۱۰ هم امید رحمانی رفته سراغ فیلم‌های زندگی‌نامه‌ای که در جهان پیرامون رهبران سیاسی مختلف ساخته شده و بعد به جای خالی داشتن فیلمی مناسب و درخور درباره زندگی امام خمینی(ره) اشاره کرده است.

رحمانی با تاسف از جای خالی چنین فیلمی در سینمای ایران به این اشاره کرده که زندگی امام خمینی(ره) نقاط عطف مهم و دراماتیکی دارد و پتانسیل ساخت اثر سینمایی از آن بسیار بالاست، آن وقت در سینمای ما فقط «فرزند صبح» توسط بهروز افخمی ساخته شده که بلاتکلیف است و فقط به سال‌های ابتدایی زندگی امام می‌پردازد.

در همین صفحه به بخشی از عکس‌های سایت‌های خارجی از حال و هوای مردم در روز وفات امام(ره) هم رفته‌ایم که می‌توانید در همین صفحه آنها را ببینید. همکارمان در گروه فرهنگ و هنر بر این عکس‌ها شرح و توضیحاتی هم افزوده‌اند که خواندن آنها خالی از لطف نیست.

در صفحه ۱۲ هم محمدرضا کائینی رفته سراغ سید هاشم رسولی محلاتی و در گفت و شنود با او نکته‌ها و خاطره‌هایی از سیره فردی و اجتماعی امام خمینی(ره) بررسی کرده است.

در این گفت‌وگو نکات جذابی درباره شخصیت بنیانگذار انقلاب مطرح شده است.