رنگ و بوم

فردا با «سالادِ» درم‌بخش

کامبیز درم‌بخش و سهیل حسینی امسال نیز آثار خود را با عنوان «سالاد» در گالری دیلمان به نمایش می‌گذارند. این نمایشگاه جمعه ۱۳ اردیبهشت افتتاح می‌شود. نمایشگاه سال گذشته این دو هنرمند «جغدآباد» نام داشت که در گالری آ برگزار شد.

کامبیز درم‌بخش، درباره نمایشگاه «سالاد» به جام‌جم گفت: «سالاد» مجموعه‌ای از آثار من و سهیل حسینی با عناوین و موضوعات مختلف است. علت نام‌گذاری این نمایشگاه همین موضوعات مختلف است. این آثار با آثار شناخته‌شده مفهومی من متفاوت است و جنبه دکوراتیو دارد. کارهای عرضه شده در این نمایشگاه زیبا و دکوراتیو هستند.

این کاریکاتوریست با بیان این‌که استعدادهای خود را در حوزه‌های مختلفی نشان داده است، ادامه داد: سال‌هاست که کارهای دکوراتیو انجام می‌دهم ولی زیاد شناخته‌شده نیست. حدودا ۴۰۰۰ تا ۵۰۰۰ از این طرح‌ها دارم که با سوژه‌های مختلفی مانند انسان، طبیعت، درخت، گل و حیوانات کار شده است. این طرح‌ها، کارهای سریع و تند من هستند و هر صدتایی که هر روز در کافه می‌زنم ۱۰ تا را قاب می‌گیرم و نگهداری می‌کنم که حالا مجموعه عظیمی شده و نمی‌دانم چطور باید عرضه‌شان کنم. در تلاش هستم به‌تدریج این آثار را در نمایشگاه‌های مختلف ارائه دهم.

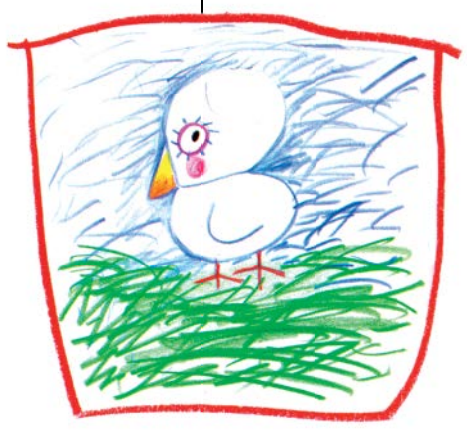
او با بیان این‌که این کارها گرافیک . نقاشی . تصویرسازی است؛ افزود: باتوجه به این‌که من کاریکاتوریست هستم درونمایه این آثار هم از طنز کاریکاتورهایم خالی نیست. همچنین این روزها موج حمایت از حیوانات راه افتاده که بخشی از آثار من هم در تایید این جریان است و سعی کرده‌ام از حیوانات تصویری صمیمانه و دوستانه نشان دهم.

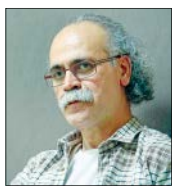
درم‌بخش به همکاری با جوانان اشاره کرد و گفت: حدود ۸۵ درصد طرفدارهای من جوانان هستند و توانسته‌ام با وجود اختلاف سنی‌ام با جوان‌ها ارتباطم را با آنها حفظ کنم که این موضوع باعث افتخار من است. کسانی که چهره من را نمی‌شناسند و فقط کارهایم را دیده‌اند فکر می‌کنند این کارها را یك جوان انجام داده است.

این کاریکاتوریست درباره قیمت آثارش در این نمایشگاه گفت: قیمت آثار من به نسبتِ کار، سابقه و شهرتم بسیار پایین است. من قیمت‌ها را پایین انتخاب می‌کنم تا کارهایم به دست مردم برسد. تولید من زیاد است و نمی‌دانم با این کارها چه کنم و خیلی خوشحالم که مردم با درآمدهای پایین هم بتوانند کارهای مرا بخرند.

سهیل حسینی نیز درباره تجربه‌ای که پیش از این با کامبیز درم‌بخش داشته، گفت: نمایشگاه مشترکی که در مهر و آبان ۹۷ با آقای درم‌بخش داشتیم، جزو یکی از شلوغ‌ترین نمایشگاه‌های سال گذشته بود و طی همکاری موفقی که با هم داشتیم، تصمیم گرفتیم امسال هم نمایشگاه دیگری ترتیب بدهیم. همه‌جور کاری از نظر ابعاد، موضوع و تکنیك در این نمایشگاه خواهد بود و به همین دلیل «سالاد» نام گرفته است.

گفتنی است، علاقه‌مندان به بازدید از نمایشگاه «سالاد» می‌توانند ۱۳تا ۲۷ اردیبهشت از ساعت ۱۶ تا ۲۰ به گالری دیلمان به‌آدرس خیابان شریعتی، بالاتر از ظفر، کوچه پورمشکاتی، پلاك ۵۰ مراجعه کنند. گالری روزهای شنبه تعطیل است.





بیژن و منیژه در نمایشگاه کتاب

فرهاد حسن‌زاده یك بار دیگر پلی زده بین ادبیات امروز و ادبیات کهن و داستانی بر اساس روایت بیژن و منیژه نوشته که در قالب کتابی با نام «برف و آفتاب» در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران رونمایی می‌شود. او قبلا داستان‌های طوطی و بازرگان، خسرو و شیرین و گلستان را نوشته بود. به گزارش ایسنا، رونمایی از کتاب تازه حسن‌زاده امروز ساعت ۱۵ تا ۱۷ در غرفه نشر طوطی برگزار می‌شود.

جایزه بین‌المللی برای پهلوان

علی پهلوان که خیلی‌ها او را از گروه آریان می‌شناسند، قطعه‌ای ساخته به نام «ناب» که به‌عنوان اثر برتر بخش آرای مردمی مسابقه آهنگسازی نشویل معرفی شده است. مهر این خبر را منتشر کرده و توضیح داده که مسابقه بین‌المللی آهنگسازی هر ساله در شهر نشویل آمریکا برگزار می‌شود و هنرمندانی مشهور و مدیران صنعت موسیقی، داوری مسابقه را به‌عهده دارند.

عکس: مجید آزاد جام‌جم

جام‌جم از جزئیات واگذاری تبلیغات و غرفه‌های بیرونی نمایشگاه کتاب تهران و حضور پررنگ ناشران کمک آموزشی گزارش می‌دهد

روح سرگردان کاپیتالیسم در نمایشگاه

محمدصادق علیزاده

فرهنگ و هنر

همین چند روز قبل بود که خبر رسید اتحادیه اروپا، شرکت معظم گوگل را چیزی حدود یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار جریمه کرده است. بله! قبول داریم مبلغ سنگینی است. جرم گوگل چه بود؟! عرض می‌کنیم. مدیران گوگل نه از دیوار شرکت دیگری بالا رفته بودند نه مدیران کاربلد شرکت‌های اروپایی را بُرزده بودند و نه رفته بودند در کار جاسوسی از طرح و برنامه‌های شرکت‌های رقیب. گوگل پیش از این هم در تابستان سال گذشته از جانب اتحادیه اروپا در جایگاه اتهام قرار گرفته بود. جرم گوگل این بود که با سوءاستفاده از جایگاهی که توسط نرم‌افزار اندروید دارد، مشتریان را به استفاده از تبلیغات خاصی مجبور کرده است. به عبارت ساده‌تر، تعدادی از شرکت‌های گردن کلفت طی یك سری توافق مالی با گوگل، این شرکت را مجاب کرده بودند بستر تبلیغاتی آنها شود و احتمالا در مقابل هم پول خوبی به گوگل داده بودند. حالا کمیسیونی به نام کمیسیون ضدتراست اتحادیه اروپا شاکی شده که این کار، انحصاری کردن بازار است و مانع رقابت صحیح می‌شود و دیگر رقبای کوچك‌تر را خفه می‌کند. اینها چه ربطی به گزارش جام‌جم از نمایشگاه کتاب دارد؟! با ادامه این گزارش همراه ما باشید.

در چند سال اخیر تقریبا بازدیدکننده‌ای نبوده که از یکی از ورودی‌های نمایشگاه داخل محوطه پا بگذارد و چشم یا گوشش به تبلیغات رنگارنگ و جوراجور بعضی بنگاه‌ها نخورده باشد. از برندها و تابلوهای رنگارنگ غرفه‌هایی که غذا و فست‌فود و کباب‌ترکی می‌فروشند و سیمکارت‌های یکی بخر دو تا ببر تا چند ناشر بزرگ و اسم و رسم‌دار دانشگاهی و کمك‌آموزشی. برندها و تبلیغاتی که معمولا هر سال هم تکرار می‌شوند و معمولا از قبل هم می‌شود حدس زد عمده فرصت‌های تبلیغاتی در اختیار چه برندها و نام‌هایی است. این‌که در پشت پرده تصمیم‌های مدیریتی چه اتفاقی می‌افتد که ما خروجی نمایشگاه را این شکلی می‌بینیم اما داستان جالبی دارد.

نامی که وجود خارجی ندارد

موسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران که از زیرمجموعه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی محسوب می‌شود، اولین آگهی مزایده «واگذاری و اجرای تبلیغات» و همچنین «غرفه‌های مواد غذایی» سی‌ودومین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران را در تاریخ ۲۷ بهمن‌ماه منتشر می‌کند. پیمانکاران و متقاضیان تا تاریخ دوازدهم اسفندماه فرصت داشتند پیشنهادهای خود را به موسسه تحویل دهند. پانزدهم همان ماه موسسه نمایشگاه‌های فرهنگی اقدام به بازگشایی پاکت‌هایی کرده است که متقاضیان به موسسه تحویل داده‌اند.

موسسه همچنین این اختیار را داشته است که بدون ذکر دلیل، هر یك از پیشنهادها را رد یا قبول کند. در رسانه‌ها خبری از این نیست که چه شرکتی برنده مزایده شده است. در پایگاه اینترنتی نمایشگاه کتاب تهران هم صرفا یك نام و یك شماره تلفن درج شده است. طبق اعلام این پایگاه شرکتی به نام «ریحان سبز» برنده شده و غرفه‌های تبلیغاتی به این شرکت واگذار شده. جست‌وجوی ما برای یافتن نام و نشانی از این شرکت به جایی نمی‌رسد. این اما همه ماجرا نیست!

ریحان‌های ۵/۷ میلیارد تومانی

ظاهرا شرکتی به نام ریحان سبز وجود خارجی ندارد. بیراه هم نیست که جست‌وجوهای ما به جایی نمی‌رسد. طبق اعلام قادر آشنا، مدیرعامل موسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران دو شرکت «ریحان فیلم» و «ریحان سلامت» در این بخش برنده مزایده شده‌اند. این‌که چرا نام این دو شرکت در پایگاه اینترنتی نمایشگاه کتاب درج نشده هم خودش سوال جالبی است. ریحان فیلم، برنده مزایده بخش تبلیغات است و ریحان سلامت هم که نام اصلی آن «ریحان سلامت ایرانیان» است برنده بخش غرفه‌های مواد غذایی. این‌که ریحان فیلم با چه مبلغی برنده این بخش شده هم سوال مهمی است. مسؤولان شرکت جواب مشخصی به ما نمی‌دهند. آشنا اما مبلغ پیشنهادی ریحان فیلم را سه میلیارد و ۷۵۰ میلیون تومان اعلام می‌کند. شرکت ریحان سلامت هم که برنده مزایده غرفه‌های مواد غذایی شده است با پیشنهاد دو میلیارد تومانی این بخش را در اختیار گرفته است. ظاهرا کل این مبلغ پنج میلیارد و ۷۵۰ میلیون تومانی در اسفندماه نقدا به حساب موسسه واریز شده است.

خواهران دوقلو

هر چند ظواهر امر حاکی است که برنده مزایده دو بخش بیرونی نمایشگاه، دو شرکت جدا از هم هستند، اما بررسی‌های بیشتر نشان می‌دهد این دو شرکت صرفا دو نام هستند و منافع و حتی مدیران مشترکی دارند. مهدی عابدین و احسان عابدین در زمره مدیران یا اعضای هیات مدیره شرکت ریحان سلامت محسوب می‌شوند. دو نفری که نام آنها در لیست شرکای شرکت «ریحان فیلم» هم دیده می‌شود.

ظواهر امر نشان می‌دهد که در بطن امر، دو شرکت برنده مزایده «تبلیغات» و «غرفه‌های مواد غذایی» در واقع یك شرکت هستند. با این حساب می‌توان این دو شرکت را خواهران دوقلویی دانست که انحصار بخش خارجی نمایشگاه را کاملا در اختیار گرفته‌اند. با این احتساب این خواهران دوقلو در قدم اول جمعا ۵/۷ میلیارد تومان برای مزایده دست به جیب شده‌اند.

حالا دیگر مشخص است که پشت صحنه تبلیغات تقریبا یکدستی که در نمایشگاه دیده می‌شود کیست. افرادی که همزمان اداره دو شرکت «ریحان فیلم» و «ریحان سلامت» را به‌عهده دارند. مشاهدات میدانی ما در نمایشگاه کتاب حاکی از آن است که بخش قابل توجهی از فضاهای تبلیغاتی نمایشگاه در اختیار گاج به عنوان یکی از ناشران بزرگ کمك‌آموزشی است که کتاب‌ها و آثار مرتبط با کنکور را منتشر می‌کند.

ریحان فیلم چقدر قیمت‌گذاری کرده؟

برای اطلاع از لیست قیمت‌هایی که ریحان فیلم به مشتریان پیشنهاد می‌کند سراغ مدیرعامل این شرکت رفتیم. محمدحسین شیخ‌محمد، مدیرعامل جوان شرکت هرچند به درخواست گفت‌وگوی ما در محوطه نمایشگاه پاسخ مثبت داد اما محتاطانه ترجیح داد حرفی از عدد و قیمت‌ها نزند. در ابتدا به او گفتیم که در سایت نمایشگاه، نام شرکت برنده مزایده «ریحان سبز» معرفی شده است. پاسخش این است: «اشتباه دوستان است چون تمام نامه‌هایی که به ما می‌زنند با نام ریحان فیلم است.» او در پاسخ به جام‌جم از نوع هزینه‌هایی که شرکت مبتوعش در نمایشگاه کرده می‌گوید: «کل فضاهای تبلیغاتی طبق اسناد مزایده در اختیار ما قرار گرفته است. ما رقمی برای برنده شدن در مزایده پرداخت و رقمی هم برای مهیا کردن زیرساخت‌ها هزینه کرده‌ایم. این دو عدد با هم جمع شده و تقسیم بر طبقات و انواع و اقسام فضاهای تبلیغاتی می‌شود. این عدد را به ارشاد اعلام کرده‌ایم. هرکسی هم که برای تبلیغات به ما مراجعه کند بر حسب همان هزینه‌ها با او قرارداد می‌بندیم.»

می‌شود یا نمی‌شود!

شیخ‌محمد در ادامه می‌گوید: «ما موظف بودیم قبل از شروع کار، لیست قیمت اقلام تبلیغاتی را در اختیار ارشاد بگذاریم و این کار را کردیم.» از شیخ‌محمد می‌پرسیم اگر بخواهم به‌عنوان یك بنگاه اقتصادی در نمایشگاه تبلیغ داشته باشیم و از قیمت آن باخبر باشیم باید چه کنیم: «هر فردی که این چنین باشد می‌تواند به ما مراجعه کند و ما قیمت‌ها را به او می‌دهیم.» در ادامه می‌گوییم اگر بخواهم به عنوان خبرنگار و در راستای اصل شفافیت که شعار وزارت ارشاد هم هست نرخ بعضی فضاها را در روزنامه منتشر کنیم باید چه کنیم؟! پاسخ مدیرعامل جوان برخلاف موارد قبلی چندان شفاف نیست: «برای انتشار در روزنامه باید با ارشاد هماهنگی انجام دهیم که ببینیم می‌شود یا نمی‌شود!» دوباره می‌پرسیم یعنی امکان انتشار قیمت‌ها به‌طور عمومی وجود ندارد. پاسخش همان جمله قبلی است: «باید با ارشاد هماهنگی انجام دهیم که ببینیم می‌شود یا نمی‌شود!»

پیچاندن در جیك ثانیه

ظاهرا اطلاع از قیمت‌هایی که گاج برای تبلیغات داده در گفت‌وگو با آقای مدیرعامل به جایی نمی‌رسد.

همین هم باعث می‌شود تا برویم سراغ ابوالفضل جوکار، مدیرعامل انتشارات گاج تا بفهمیم برای در اختیار قرار گرفتن این حجم از تبلیغات در نمایشگاه چه مبلغی پرداخت کرده است. بعد از دو تماس و دو گفت‌وگوی کوتاه در نهایت از مدیرعامل گاج هم چیزی حاصل نمی‌آید. با این اوصاف ظاهرا شعار شفافیت وزارت ارشاد هنوز در مقام شعار باقی مانده است.

چرا این همه گاج؟!

انتقاد از فضایی که برای تبلیغات در اختیار ناشران کمك‌آموزشی و به طور مشخص گاج و همراه اول قرار گرفته از دیگر انتقادات است. برای همین دوباره سراغ مدیرعامل ریحان فیلم می‌رویم. از شیخ‌محمد می‌پرسیم آیا وزارت ارشاد هنگام واگذاری این امور، ملاحظه یا محدودیتی قائل نمی‌شود که به یکباره حجم زیادی از فضای تبلیغاتی به طور انحصاری در اختیار یك یا چند شرکت قرار نگیرد. پاسخ محافظه‌کارانه و دیپلماتیك آقای مدیرعامل نشان می‌دهد ظاهرا ملاحظاتی از این نوع برای وزارت ارشاد اهمیتی ندارد: «هر فردی هم برای تبلیغات مراجعه کند ما در خدمتش هستیم!» آقای مدیرعامل البته این را متذکر می‌شود که برای ناشران تخفیف ۳۰ درصدی قائل هستند.

هزینه ۷/۷ میلیارد تومانی

مدیرعامل ریحان فیلم درباره هزینه‌هایی که برای تامین زیرساخت‌های تبلیغاتی نمایشگاه شده هم به جام‌جم می‌گوید: «در نمایشگاه آپشن تبلیغاتی به آن صورت وجود نداشته. هیچ زیرساختی نبود. اینجا فقط یك سیستم بلندگو داشت که البته ما هم مجبور شدیم تعداد دیگری اضافه کنیم. ما برای زیرساخت نمایشگاه چیزی بیش از دو میلیارد تومان هزینه کرده‌ایم.» هرچند در بخش‌های دیگری از گفت‌وگو، آقای مدیرعامل در اعلام کل هزینه تامین زیرساخت و مزایده سر باز زد اما با توجه به هزینه ۵/۷ میلیارد تومانی مزایده و دو میلیارد تومانی تامین زیرساخت‌ها، شرکت ریحان فیلم ۷/۷ میلیارد تومان برای در اختیار قرار گرفتن فضاهای تبلیغاتی و غرفه‌های مواد غذایی نمایشگاه هزینه کرده است.

درباره ریحان فیلم

ریحان فیلم جزو اولین شرکت‌های تبلیغاتی است که در سال ۷۲ تاسیس شده است. این شرکت سال‌ها در صنعت تبلیغات فعالیت داشته است. مدیرعامل شرکت، مهدی عابدین، مدیرمسؤول ریحان فیلم است. فردی که نامش در میان مدیران شرکت ریحان سلامت هم به چشم می‌خورد. عابدین در سال‌های اخیر مسؤولیت‌های زیادی داشته است، از دبیری انجمن صنفی شرکت‌های تبلیغات گرفته تا مدیریت کنسرسیوم پیام‌های بازرگانی.

او می‌گوید: «اگر نمایشگاه‌های دوره قبل را در نظر بگیرید کیفیت امسال بسیار متفاوت شده است، چه از نظر غرفه‌های غذایی که واگذار کرده‌ایم همه برند هستند چون سلامت مردم مهم است. از واگذاری به افراد بی‌نام و نشان خودداری شده است. در فضای تبلیغاتی هم سعی کرده‌ایم به بهترین شکل ممکن این اتفاقات انجام و زیبایی بصری مصلی حفظ شود. این را عوامل اجرایی هم اذعان دارند.»

> ظاهرا همه چیز طبق قانون است. بماند که شفاف و روشن نیست ولی ظاهرا غیرقانونی هم نیست. شرکت برنده مزایده هم ظاهرا تخلفی انجام نداده است ولی سوال آنجاست که آیا نباید واگذاری چنین اموری طبق یک قوه عاقله صورت گیرد که ملاحظاتی برای غیرانحصاری شدن وضع کند؟

پرده آخر

و در آخر این‌که...

برگردیم و یک بار دیگر، لید گزارش را بخوانیم. لازمه رشد حرفه‌ای و اقتصادی که رشد جمعی یک جامعه در آن نهفته است، رقابت غیرانحصاری و عادلانه است. شرح آنچه در سطور پیشین این گزارش رفت این نگرانی را به وجود می‌آورد که انحصاری شدن موضوع، عرصه را بر رقابت عادلانه و منصفانه ببندد. ظاهرا همه چیز طبق قانون است. بماند که شفاف و روشن نیست ولی ظاهرا غیرقانونی هم نیست. شرکت برنده مزایده هم ظاهرا تخلفی انجام نداده است ولی سوال آنجاست که آیا نباید واگذاری چنین اموری طبق یک قوه عاقله صورت گیرد که ملاحظاتی برای غیرانحصاری شدن وضع کند؟ چرا در رویدادی که بار و معنایی فرهنگی را به یدک می‌کشد، طراحی این امور به گونه‌ای صورت می‌گیرد که فرهنگی‌ترین ناشران نمایشگاه (ناشران عمومی) به دلیل ضعف سرمایه از چنین فرصتی بی‌بهره باشند؟ سوال مهم بعدی آن‌که اصولا تا وقتی هندسه کلی نمایشگاه کتاب با حضور ناشران دانشگاهی و کمك‌آموزشی طراحی می‌شود، آیا ناشران عمومی بهره کافی و وافی را از این فرصت می‌برند؟ چه میزان از فروشی که مسؤولان نمایشگاه هر سال با افتخار عدد ریالی آن را اعلام می‌کنند مربوط به ناشران دانشگاهی و کمك‌آموزشی است و چه میزان مربوط به ناشران عمومی؟! این سوال و سوال‌هایی از این دست این تلنگر را می‌زنند که ظاهرا باید برای اصلاح نمایشگاه ۳۲ ساله کتاب تهران تدبیرهای جدی‌تر و فرهنگی‌تر به جای ساز و کارهای صرفا اقتصادی این رویداد جایگزین شوند.