خبر

## جایزه جشنواره بارسلون برای «وقت چیغ انار»

فیلم سینمایی «وقت چیغ انار» به کارگردانی گرانناز موسوی در هجدهمین حضور بین‌المللی خود در بخش مسابقه اصلی دهمین جشنواره فیلم‌های آسیایی بارسلون جایزه بهترین فیلمنامه را دریافت کرد.

وقت چیغ انار، محصول مشترک افغانستان، استرالیا، ایران و هلند است و توسط گرانناز موسوی، بهیر وردک و مرضیه وفامهر تهیه شده است. این فیلم، نامزد دریافت جایزه بهترین فیلم کودک و نوجوان چهاردهمین دوره جوایز سینمای آسیا و پاسیفیک استرالیا بوده و از طرف کشور استرالیا نیز به عنوان نماینده این کشور در آکادمی اسکار حضور داشته است.

جشنواره بارسلون در تاریخ ۴ تا ۱۵ آبان در شهر بارسلون اسپانیا برگزار شد و در ادامه حضور جهانی‌اش در سی و دومین جشنواره روزهای سینمای جهان توسیس سوئیس (۱۰ تا ۱۵ آبان ۱۴۰۱) و در آذر ماه نیز در جشنواره فیلم مقالایای هند و همچنین جشنواره مجمع مطالعات خاورمیانه آمریکای شمالی در دنور شرکت خواهد کرد. این فیلم سینمایی در اولین نمایش بین‌المللی خود در بخش سینمای آینده سی‌وچهارمین جشنواره فیلم توکیو (۸ تا ۱۷ آبان ۱۴۰۰) به نمایش درآمد و پس از آن در چهل و پنجمین جشنواره فیلم سائوپولو و جشنواره‌های متعدد دیگری روی پرده رفته است. عرضه و پخش بین‌المللی فیلم به عهده محمد اطبایی است./ایسنا

سینمای جهان

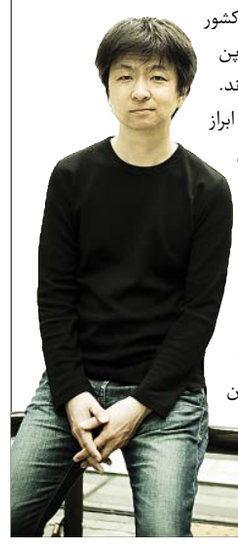
نارضایتی آسیایی از شبکه نتفلیکس

## صنعت سینمای ژاپن قدرت‌نمایی می‌کند

هر دو گروه منتقدان سینمایی و ادبی کشور ژاپن، یکصدا علیه فروش امتیاز برگردان سینمایی یک نول معروف داخلی به سرمایه‌گذاران انگلیسی زبان برای تولید فیلمی انگلیسی زبان، موضع‌گیری کرده‌اند. به دنبال اعلام این خبر که شبکه نتفلیکس امتیاز تولید فیلمی سینمایی براساس داستان نول «هیولای اره برقی» کوتارو ایساکا را خریده، موجی از اعتراض و نارضایتی میان دست‌اندرکاران ادبی و سینمایی ژاپن به راه افتاد. مدیران نتفلیکس در بیانیه‌ای که با لحنی شاد و رضایت‌مندانه نوشته شده بود، اعلام کردند توانسته‌اند با افتخار، امتیاز سینمایی این اثر ادبی را که هنوز روی پیشخوان کتابفروشی‌ها قرار نگرفته، بخرند و قصد دارند آن را با حضور آن هاتاوی و سلما هایک، جلوی دوربین ببرند. پخش این خبر در شرایطی بود که ژاپنی‌ها دو ماه قبل نسخه سینمایی کمدی اکشن «قطار گلوله» براد پیت را دیده و نسبت به آن موضعی منفی گرفته بودند. این فیلم هم براساس داستان نولی از نویسنده با نام «مری بیتل» ساخته شده بود و سهم صنعت سینمای ژاپن از آن، فقط لوکیشن‌های این کشور و یک بازیگر (از مجموعه هشت بازیگر محوری آن) بود.

اطلاعی از داستان هیولای اره برقی در دست نیست و ظاهرا فقط مدیران نتفلیکس آن را مطالعه کرده‌اند. هنوز زمانی برای انتشار نول ایساکا تعیین نشده است و نتفلیکسی‌ها که نوشته‌های قبلی او را مطالعه کرده‌اند، تصمیم گرفتند امتیاز برگردان سینمایی کار جدید نویسنده را قبل از این که رقبای این پلتفرم دیجیتال وارد عمل شوند، بخرند. مدیران نتفلیکس از داستان نول به عنوان یک کمدی اکشن سطح بالا اسم برده‌اند که رقابت و جدل بین دو زن را در شرایطی ویژه به نمایش می‌گذارد. انتخاب اولیویا میلچ برای نگارش فیلمنامه هم از موارد دیگری است که با مخالفت و اعتراض ژاپنی‌ها روبه‌رو شده است. در حالی که هنوز کارگردانی برای نسخه سینمایی انتخاب و معرفی نشده است، ژاپنی‌های عصبانی می‌گویند حتما او هم مثل بازیگران و نویسنده فیلمنامه، از بین هنرمندان غیرژاپنی انتخاب خواهد شد.

اعتراض ژاپنی به موضوع اخیر، هنوز واکنش ایساکا یا مدیران نتفلیکس را به همراه نداشته است. رسانه‌های گروهی این کشور آسیایی می‌گویند تلاش برای پیدا کردن نویسنده و پرسش از او، راه به جایی نبرده و او فعلا خودش را از انظار عمومی پنهان کرده است. این نویسنده ۵۱ ساله که در رشته حقوق تحصیل کرده، برای سه‌گانه «هیتمن» شهرت زیادی دارد. جلد اول این تریلوژی با نام «سه قاتل» توسط صنعت سینمای ژاپن به یک فیلم سینمایی بسیار موفق تبدیل شد. قطار گلوله براد پیت جلد دوم این سه‌گانه است که قرار بود توسط هنرمندان بومی و به زبان ژاپنی ساخته شود. منتقدان سینمایی ژاپن با توجه به موفقیت بالای تولیدات داخلی در جدول گیشه نمایش و استقبال بسیار بالا و خوب تماشاگران از محصولات ژاپنی زبان، عقیده دارند نول‌های معروف و پرخواننده نویسندگان مطرح کشور باید توسط صنعت سینمای ژاپن به زبان تصویر برگردانده شوند.



برخی رسانه‌های گروهی ژاپن ابراز امیدواری می‌کنند اعتراضی که از سوی محافل ادبی و هنری صورت گرفته، مدیران نتفلیکس را وادار کند نسخه سینمایی هیولای اره برقی را با حضور و مشارکت دست‌اندرکاران صنعت سینمای ژاپن جلوی دوربین ببرد./ورایتی

کلان برنامه‌های فرهنگی چگونه عمل می‌کند

# موج جدید کره‌ای، متکی بر پلتفرم‌های دیجیتال

کیکاوس زیاری
گروه فرهنگ و هنر

**موج کره‌ای صنعت سینما با تاثیرات بزرگ رو به جلو در حرکت است و خبر از شکوفایی صنعت سرگرمی و تصویری می‌دهد. اتفاقات سه دهه اخیر در دنیای سرگرمی کره حکایت از این می‌کند که تفاوت‌های زیادی با دوران قبل از خود دارد و به هیچ وجه نمی‌توان آنها را با یکدیگر مقایسه کرد. تحلیلگران سینمایی با استقبال از این موقعیت می‌گویند سینمای کشور در هر دو زمینه اقتصادی و فرهنگی با موفقیت‌های کلان و حتی دور از انتظاری روبه‌رو بوده است. مارس سال ۲۰۲۰ درام تلخ و اجتماعی «انگل» توانست موفقیت‌های بی‌نظیر بین‌المللی کسب کرده و به دل عموم تماشاگران غیرکره‌ای بنشیند. یک سال بعد از آن، «میناری» توانست موفقیت‌های مشابهی کسب کند و یون یوه جونگ، بازیگر کهنه‌کار کره‌ای را تبدیل به چهره موفق جهانی کند. سینمای کره در کنار رسانه تلویزیون و موسیقی پاپ مورد پسند جوانان کشور، در سطح بین‌المللی با نام «کی- پاپ» شناخته می‌شود و توانسته در سال‌های اخیر مخاطبان خارجی بسیار زیادی پیدا کند. این موفقیت جهانی تا آنجا پیش رفته که از سوی اکثر تحلیلگران لقب پدیده قرن را گرفته و هنر کره‌ای را به صورت موفق‌ترین هنر جهانی درآورده و حتی هالیوود را هم کنار زده تا موفقیت ممتاز خود را به رخ همگان بکشد.**

### بومی فکر کن، جهانی عرضه کن

چنین موفقیت کلانی راه را برای فعالیت‌های استریم سینمایی در پلتفرم‌های دیجیتالی هموار کرد و این روزها بزرگترین شبکه‌های جهانی پخش اینترنتی فیلم‌ها، به دنبال بازاری در کره هستند و برای امکان فعالیت‌های مشترک سر و دست می‌شکنند. نکته جالب در رابطه با این همکاری‌های مشترک این است که طرف‌های خارجی تابع نظرات طرف کره‌ای بوده و به‌دنبال تولید محصولاتی بومی براساس فرهنگ بومی و محلی کشور کره هستند. اهل فن در قاره آسیا روی این موضوع تاکید دارند که حتی کشوری مثل چین که هم اکنون حرف اول را در جدول گیشه نمایش سینما در سطح جهانی می‌زند هم نتوانسته موقعیتی شبیه کره کسب کند و تا این حد بر روی فرهنگ تصویری کشورهای دیگر (و از جمله آمریکا و اروپا) تاثیر بگذارد و آنها را تحت کنترل معنوی خود درآورد.

جیونگ تائسونگ از مدیران قبلی شرکت معروف فیلمسازی سی جا اینترتینمنت که اینک شرکت مستقل فیلمسازی خودش را در آسیای جنوب شرقی بنا کرده، در این رابطه می‌گوید: «این اتفاق تازه‌ای که رخ داده، بیش از هر چیز به دلیل اصرار هنرمندان کره‌ای بر کره‌ای بودن‌شان است. پایه و اصل تولیدات کره‌ای برگرفته از فرهنگ و رسوم و آداب بومی هستند و هنرمندان کشور در ساخته‌های‌شان روی این نکته تاکید می‌کنند. محصولات سینمایی و تلویزیونی کره سه خصیصه دارند. در کنار بومی بودن داستان‌ها و حال و هوای این تولیدات، تماشاگران شاهد آثاری با کیفیت‌های بالا هستند که به شکلی کاملا مبتکرانه و خلاقانه تولید شده‌اند. ما می‌دانیم که در بقیه کشورهای قاره آسیا هم فعالیت‌هایی در این جهت صورت گرفته است و این شانس ما بوده که در ۲۰ سال اخیر توانسته‌ایم بهتر از دیگران عمل کنیم.»

### سینمای آسیا در برابر هالیوود

اهل فن زمان صحبت درباره موفقیت‌های روزافزون تولیدات کره‌ای به این نکته مهم هم اشاره می‌کنند که هنرمندان کره‌ای در مقایسه با دیگر همکاران‌شان تنها کسانی نبوده‌اند که این شانس را داشته باشند که در سطحی کلان شاهد موفقیت آثارشان باشند. این فهرست را می‌توان ادامه داد و کشورهای دیگری از قاره آسیا را هم به آن اضافه کرد.

در دو دهه اخیر میل و عطش زیادی از سوی تماشاگران بین‌المللی برای فیلم‌ها و مجموعه‌های آسیایی وجود داشته و آنها علاقه‌مند درک بهتر و بیشتر موضوعاتی بوده‌اند که در دل داستان این آثار تعریف می‌شود. با این وجود، جمع‌بندی‌های سالانه متخصصان حکایت از آن می‌کند که در شرق دور، تولیدات کره‌ای بسیار بیشتر از محصولات هالیوودی و انگلیسی مورد استقبال قرار می‌گیرد. تلاش کمپانی‌ها و شرکت‌های انگلیسی زبان برای حفظ تماشاگران در این محدوده با موفقیت چندانی روبرو نبوده و حتی شیوع کووید ۱۹ و فاصله‌گیری‌های اجباری اجتماعی، باعث کم رونق‌تر شدن این‌گونه محصولات هم شده است.

این در حالی است که برخی تحلیلگران سینمایی می‌گویند روند سیر منفی استقبال از فیلم‌ها و مجموعه‌های آمریکایی و حتی اروپایی به دوران قبل از کرونا و سال ۲۰۲۰ می‌رسد و هالیوودی‌ها می‌خواهند با بهانه کردن پاندمی، عدم استقبال از تولیدات‌شان را به گردن این بیماری فراگیر مرگبار بیندازند. با این وجود، عقیده عمومی در بین تحلیلگران هنری این است که کووید-۱۹ باعث تغییراتی در وضعیت نمایش محصولات سینمایی و تلویزیونی به‌وجود آورد. این بیماری باعث شد تا تولیدات تصویری کره‌ای پیچیده‌تر از گذشته شوند و برای ایفای نقش بهتر در بازار بین‌المللی، خودشان را متناسب با شرایط روز کنند. به گفته جیونگ: «نکته بحث‌انگیز این است که دو صنعت سینما و تلویزیون کره به اشکال متنوع و متفاوتی عمل کرده تا از تکنولوژی دیجیتالی بهره بگیرد تا محتویات درونی داستان‌هایش را بیشتر مورد مکاشفه قرار دهد و تماشاگران بین‌المللی بتوانند آنها را کشف کنند.»

با آن‌که کووید-۱۹ فاجعه‌ای برای صنعت موسیقی کره بود و فضا را برای اجرای برنامه‌های موسیقی در داخل و خارج کشور بسیار محدود و غیرممکن کرد، دو صنعت سینما و تلویزیون توانستند خیلی زود خودشان را با فضای جدید همراه کرده و مانع از آسیب جدی روند تولید و پخش و نمایش محصولات‌شان شوند. گرچه مجموعه‌های تلویزیونی امکان آن را داشتند که کماکان روی آنتن رفته و پخش شوند، تعطیلی سالن‌های نمایش فیلم آسیب‌هایی به کل صنعت فیلمسازی زد. البته از یک سال قبل دوباره فعالیت‌های اکران عمومی فیلم‌ها آغاز شد و انبوه فیلم‌هایی که در صف انتظار نمایش بودند پشت سر هم روانه پرده سینماها شدند. نکته جالب استقبال بسیار خوب مردم از این محصولات و فروش بسیار خوب آنها در جدول گیشه نمایش بوده است. بعد از دوران کرونا و با بازگشایی حداقل ۷۰ درصد سالن‌های سینماها، اولویت نمایش با محصولات بومی بوده و توجه چندانی به بلاک باسترهای هالیوودی نشده است. کیم یونگ کیو از تهیه‌کنندگان بزرگ سینمایی و تلویزیونی کره می‌گوید: «تغییرات اساسی در فعالیت فیلمسازی در سه سال اخیر، بسیار بیشتر از تغییراتی بوده که در ۱۵ سال قبل از آن شاهد بوده‌ایم. یکی از بزرگترین تغییرات، سیستم توزیع محصولات است و می‌توان در این باره صحبت از انقلابی کرد که در این زمینه رخ داده است. از یک سو کرونا ما را در شرایط متفاوتی قرار داد و از سوی دیگر، استقبال جهانی از تولیدات بومی ما.»

### تکیه به سینمای اجتماعی و خانوادگی

منتقدان سینمایی دلیل اصلی موفقیت فیلم‌های کره‌ای در سطح جهانی را در «کره‌ای» بودن آنها می‌دانند و می‌گویند فیلم‌سازان و هنرمندان داخلی برای جذب تعداد بیشتری تماشاچی، حاضر به تغییر روش نیستند و کماکان آثاری را خلق کردند که درباره مسائل و مشکلات مردم کشور در تمام زمینه‌های اجتماعی و خانوادگی است.

این آثار زندگی مردم کشور را در جهات مختلف آن به نمایش گذاشته و به تماشاگران بین‌المللی کمک کرده تا درک بهتر و درستی درباره شرایط زندگی در کره پیدا کنند. به گفته منتقدان، فیلمسازان بومی برای حفظ تماشاگران غیربومی حاضر به باج دادن به آنها و تولید فیلم‌هایی که آنها بیشتر بپسندند تن ندادند و استقلال خود را حفظ کردند. همین نکته و حفظ استقلال باعث شده تا تماشاگران بین‌المللی کره‌ای‌ها را به همان شکل و گونه‌ای که هستند بپذیرند و به تماشای آثارشان بنشینند./اسکرین اینترنشنال

برش

## یک برنامه فرهنگی کلان برای فتح جهان

موج کره‌ای یا (هالیو) به جریان سیاست فرهنگی کره جنوبی اطلاق می‌شود که پس از اصلاحات سیاسی و ضدکمونیستی در این کشور از دهه ۹۰ میلادی برنامه‌ریزی شد. این برنامه فرهنگی تلاش داشت تا کلیه سیاست‌های این کشور اعم از اقتصادی، سیاسی، اجتماعی را ذیل موضوع فرهنگ صورت‌بندی کند و چهره‌ای متفاوت از آن چه درباره کشورهای شرق آسیا در اذعان عمومی جهان وجود داشت را به دنیا عرضه کند.

استمرار این برنامه‌ریزی فرهنگی طی سه دهه نام کره جنوبی را در جهان مطرح کرد و جدا از محصولات فرهنگی این کشور، موجب شد تا این کشور در ابعاد اقتصادی هم رشد چشم‌گیری داشته باشد.

این موج در مراحل آغازین با گسترش سریال‌های درام و موسیقی پاپ کره‌ای در آسیای شرقی، جنوبی و جنوب شرقی وسعت گرفت و بعدها با رشد اینترنت و رسانه‌های اجتماعی به‌ویژه قرار گرفتن نماآهنگ‌های پاپ کره‌ای روی یوتیوب به مفهومی جهانی تبدیل گشت. اصطلاح هالیو نخستین‌بار در سال ۱۹۹۹ توسط وزارت فرهنگ و گردشگری کره جنوبی استفاده شد. این وزارتخانه در آن زمان یک لوح فشرده موسیقی به زبان چینی تحت عنوان «هالیو- ترانه‌ای از کره» تولید کرده بود که رسانه‌های چینی از نام آن برای توصیف موفقیت فرهنگ مردمی کره در چین استفاده کردند.

این برنامه فرهنگی نام کره‌جنوبی را با طلوع سده ۲۱ میلادی به عنوان یکی از بزرگترین صادرکنندگان فرهنگ عامه و جذب گردشگر بر سر زبان‌ها انداخت. شهرت روزافزون فرهنگ عامه کره در میان بسیاری از ملل دنیا باعث شد تا دولت کره‌جنوبی به منظور گسترش قدرت نرم خود با پرداخت یارانه و تأمین مالی شرکت‌های نوپا که در حوزه سرگرمی فعال هستند، تلاش کند. هدف دولت کره از این کار رقابت با فرهنگ‌های عامه ژاپن و بریتانیا بود؛ حوزه‌ای که در حدود نیم قرن است که در تسلط آمریکایی‌هاست. در این میان جهان غرب به تدریج جامعه کره‌جنوبی را به عنوان یک جامعه توسعه‌یافته شناخت.

بخش اعظم موفقیت موج کره‌ای مدیون پیشرفت‌های خدمات شبکه‌های اجتماعی و سکوهای برخط ویدئو بود. فرهنگ عامه کره از طریق این ابزارها به مخاطبانی که بسیار دور بودند، منتقل شد. به‌کارگیری این ابزارها در راستای تسهیل تبلیغات، پخش و مصرف محصولات مختلف سرگرمی کره‌ای (به ویژه موسیقی پاپ کره‌ای) باعث شده فرهنگ این کشور از میانه‌های دهۀ ۲۰۰۰ در میان جهانیان شناخته شود. گسترش موج کره‌ای از اوایل سدۀ ۲۱ میلادی به شدت بر فرهنگ معاصر، صنایع موسیقی، فیلم، تلویزیون و جنبه‌های رفتاری انسان‌های مختلف در دنیا تأثیر گذاشته است.

قاب

## سالگرد درگذشت بازیگر همیشه «پدر»

**یاد و خاطره جمشید لایق در سیزدهمین سالگرد درگذشت او گرامی باد. او که با ایفای نقش‌های انسان‌های ساده و صمیمی، تحسین همه مردم را برمی‌انگیخت بازی در مجموعه‌های تلویزیونی چون هزاردستان و سلطان و شبان و فیلم‌های سینمایی مثل سگ‌کشی و کفش‌های میرزا نوروز را در کارنامه کاری خود دارد. لایق برای آخرین بار در سال ۱۳۸۳ با بازی افتخاری در نمایش «سه‌گانه و اینک» به کارگردانی سهراب سلیمی پا روی سن نمایش گذاشت. این هنرمند محبوب در ۷۸ سالگی به دلیل ایست قلبی درگذشت.**

رویداد

## نگاه ملی به سینما وجود ندارد

در ادامه سفرهای استانی رئیس سازمان سینمایی، در هفدهمین سفرش به استان بوشهر سفر کرد.

او در سفر یکروزه به استان بوشهر ضمن حضور در آرامگاه این شهر و ادای احترام به شهیدان، از سالن‌های سینمایی پروژه‌های ناتمام فرهنگی بازدید کرد. بازدید از زیرساخت‌های سینمایی پروژه‌های سینمایی شهر بوشهر از جمله سینماهای بهمن، انقلاب، آوینی، ولایت، کانون و پردیس فرهنگی هنری سینمای پردیس و دفتر سینمای جوان بوشهر از جمله برنامه‌های بازدید رئیس سازمان سینمایی بوده است.

او در حاشیه این بازدیدها در گفت‌وگویی درباره مشکلات حوزه سینما گفت: امروز سینما ملی است، اما نگاه ملی به آن وجود ندارد، به طوری که همه مردم سینما را دوست دارند، مسئولان از سینما صحبت می‌کنند اما نگاه ملی برای حل مشکلات سینما، سینماگر، ورود به بازار جهانی و اقتصاد سینما وجود ندارد. همه دنیا برای حوزه سینما سرمایه‌گذاری می‌کنند چون معتقدند این حوزه ابزار مهم و قدرتمندی در پهنه جامعه است و می‌شود از آن به عنوان دیپلماسی سیاسی، اجتماعی و فرهنگی برای حل بسیاری از مشکلات و تبیین مسائل استفاده کرد./ایلنا

نگاه

## «خائن‌کشی» در هلند

جشنواره فیلم روتردام، فهرست فیلم‌های دوره جدید خود را کامل کرد و فیلم «خائن‌کشی» به کارگردانی مسعود کیمیایی به عنوان یکی از فیلم‌های این رویداد سینمایی به نمایش گذاشته می‌شود.

مسعود کیمیایی در خائن‌کشی، واقعه‌ای سیاسی - تاریخی را دستمایه‌ای برای روایت خود قرار داده است. این فیلم در چهل و دومین جشنواره فیلم فجر نامزد دریافت شش جایزه شد و توانست سیمرغ بلورین بهترین طراحی لباس را کسب کند. امیر آقایی، سارا بهرامی، پانته‌آ بهرام، پولاد کیمیایی، اندیشه فولادوند، حمیدرضا آذرنگ، سعید پیردوست، سام درخشانی، رضا یزدانی، نرگس محمدی، الهام حمیدی، نسیم ادبی، فریبا نادری، شکیب شجره، پردیس پورعابدینی و فرهاد آئیش و با حضور مهران مدیری از جمله بازیگرانی هستند که در این فیلم حضور داشتند.

سال ۲۰۲۱ نیز نسخه ترمیم شده فیلم «گوزن‌ها» از مسعود کیمیایی در جشنواره روتردام به نمایش گذاشته شد. پنجاه و دومین جشنواره بین‌المللی فیلم روتردام از تاریخ ۲۵ ژانویه تا ۵ فوریه ۲۰۲۳ (۵ تا ۱۶ بهمن) برگزار می‌شود./سینماپرس