خبر

۱۰۰ میلیاردی شدن «فسیل»

عبور تعداد مخاطبان سینما از یک میلیون نفر در اردیبهشت ماه و رکوردشکنی فیلم «فسیل» با فروش ۱۰۰ میلیارد تومانی، خبرهای خوش سینمای ایران در این چند وقت اخیر است. مدتی‌است سینمای ایران با استقبال قابل قبولی از سوی مخاطبان روبه‌رو شده‌است. از میان آثار روی پرده در دسته فیلم‌های اکران شده در سال ۱۴۰۲ در اردیبهشت، فیلم سینمایی فسیل به کارگردانی کریم امینی و تهیه‌کنندگی ابراهیم عامریان و بازی بهرام افشاری، با ۶۹۱ هزار و ۵۱۰ مخاطب در جایگاه نخست قرار دارد و با فروش ۱۰۰ میلیارد تومانی، عنوان پرفروش‌ترین فیلم تاریخ سینمای ایران را از آن خود کرده‌است. موفقیت فسیل در گیشه در حالی با فروش فوق‌العاده همراه بوده که چند روز قبل اکبر عبدی، ستاره سینمای کمدی ایران در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ واکنشی صریح و منفی به این اثر سینمایی داشت.

خبر خوب دیگر برای سینمای ایران این که تا همین مقطع اردیبهشت این‌که بیش از یک میلیون نفر در مجموع به سینما رفتند و به تماشای فیلم‌های مختلف اکران نشستند. کل آثار سینمایی در این بازه زمانی یک میلیون و ۱۶ هزار و ۷۳۲ مخاطب داشته که به معنای میانگین ۸۵ هزار مخاطب در هر روز است، میانگینی که با توجه به تعداد سینماها در کشور همچنان جا برای رشد و بهتر شدن خواهد داشت. /فارس



تحلیل‌مستند

نقد فرهنگی استارت‌آپ‌ها

«لاتارینو» به کارگردانی مجید رستگار و محصول مشترک مرکز مستند سفیرفیلم و مرکز مستند سوره حوزه هنری، مستندی ۷۳ دقیقه‌ای است که با زبانی صریح به نقد معاونت علمی ریاست جمهوری می‌پردازد و تلاش دارد با نشان دادن عملکرد این معاونت در حوزه اکوسیستم استارت‌آپی ، نقدی مبنایی بر یک دهه عملکرد و مدیریت دکتر سورنا ستاری داشته باشد. به گزارش جام‌جم در نشست رسانه‌ای این فیلم که به‌تازگی برگزار شد، رستگار به فرآیند دو ساله ساخت و تولید این مستند و پژوهش‌های آن اشاره کرد وگفت: تولید این مستند به دلیل پیچیدگی‌های خاص این مدت زمان برده است و تلاش شده با فرمی جذاب و مناسب، محتوای دقیقی را به مخاطب ارائه کند. هرچند این محتوا تخصصی و عمیق بوده اما سعی شده به زبان همه فهمی به مخاطب ارائه شود. امیدوارم مصاحبه‌ها و مطالب کارشناسی مستند بتواند حق مطلب را در این مورد ادا کند و برای دانشجویان که مخاطبان اصلی این مستند هستند، جذاب باشد.

احسان تکلو، مشاور پژوهشی مستند هم در توضیحاتی عنوان کرد: بحث استارت‌آپ‌ها در دهه۹۰ یکی از اتفاقاتی بود که خیلی‌ها را درگیر کرد اما این‌که پیامد آنچه بود و چه فضایی داشت در رسانه‌ها دیده نمی‌شد. از انتهای دهه۸۰ توسعه شرکت‌های دیجیتال و اقتصاد دیجیتال در کشور را مشاهده می‌کردیم. این اتفاق با حضور آقای ستاری در معاونت علم و فناوری به‌عنوان یکی از ایده‌های اصلی دولت قرار گرفت و رئیس جمهور به‌نوعی طلایه‌دار این حوزه شد. در این زمان، گونه جدیدی از کسب و کارها مثل استارت‌آپ‌ها و اکوسیستم استارت‌آپ‌ها در کشور شروع به رشد کرد. جریان دانشگاهی هم خیلی جدی به این حلقه پیوست و در دهه۹۰ شاهد اتفاقی بزرگ بودیم؛ اتفاقی که شاید در حوزه اقتصادی نتوانست خود را پیدا کند اما در حوزه نیروی انسانی و دیگر حوزه‌ها اثرات خود را داشت. نقاط ضعف زیادی هم داشته است که در مستند تلاش شد از منظر اقتصادی و جهت‌گیری نیروی کار درباره این پدیده گفت‌وگو شود. همچنین درباره ادامه این جریان در زندگی امروزه ما پرسش‌های جدی مطرح شده است.



تکلو با اشاره به یک ملاحظه تصریح کرد: این دست فعالیت‌ها به تابوهایی تبدیل شده که هیچ‌کس نتواند از آنها پرسش کند. این یک مستند محتوایی است که به مخاطب می‌توان گفت کدام سمت را ببینند. به نظرم حرف‌های خوبی در این کار است و می‌تواند جذاب باشد. او در پاسخ به این‌که چقدر در استارت‌آپ‌ها سراغ خصوصی‌ها رفته‌اند، توضیح داد: سرمایه‌گذاری خصوصی در حوزه استارت‌آپ‌ها کم نبوده است اما در پشت خیلی از استارت‌آپ‌های خصوصی حجم زیادی از منابع دولتی و اتفاقا این حجم بسیار زیاد بوده و در عین حال ثمردهی بسیار کمی داشته است. جایی که محل نقد قرار داد بخش دولتی است، چون متولی سیاست‌گذاری است وقتی به نقد اکوسیستم استارت‌آپی می‌پردازیم بیشتر فرهنگی است و بعد فرهنگی بیشتر مورد نقد است تا اقتصادی و آنجا بخش حاکمیتی بیشتر مورد سؤال قرار می‌گیرد. از این حیث بخشی از نقد ما در مورد فرهنگ‌سازی است. تکلو در بخش دیگری از صحبتش گفت: نقش معاونت علمی و فناوری در این زمینه قابل کتمان نیست و از این حیث در مستند پررنگ است، چه حسن روحانی رئیس جمهور سابق و چه ستاری که از این سیاست‌ها به عنوان دستاوردی برای فعالیت‌های خودشان استفاده کردند. سفیرفیلم، رونمایی از مستند لاتارینو، هفته آینده در دانشگاه صنعتی شریف انجام خواهد شد و حضور علاقه‌مندان در این مراسم آزاد خواهد بود.

گفت‌وگو با هوشنگ توکلی، بازیگر

جام جم؛ رسانه حرفه‌ای با ایده‌های جدید





سانازقنبری
گروه فرهنگ و هنر

اگر روزنامه جام‌جم توانسته پس از ۲۳ سال انتشار، آگاهی خوبی در حوزه‌های مختلف و به‌خصوص فرهنگ‌وهنر به مردم بدهد مرهون تلاش بزرگانی است که با تلاش مستمر و فقدان بسیاری از امکانات جایگاه این روزنامه را به جایی رسانده‌اند که امروز کمتر کسی می‌تواند تاثیرگذاری این نشریه را در گسترش هنر و تبیین و تشریح فرهنگ و برنامه‌های شبکه‌های مختلف صداوسیما کتمان کند. امروز که ۲۳ سال از عمر روزنامه جام‌جم سپری شده است از زبان هوشنگ توکلی، که در این سال‌ها از مهم‌ترین هنرمندانی بوده که با این روزنامه همراهی کرده و سال گذشته بیشترین مصاحبه را با روزنامه داشته، گفت‌وگو نموده‌ایم تا با بهره‌گرفتن از نقطه‌نظرات سازنده و مفید ایشان، جایگاه این رسانه مکتوب را ارتقا بخشیم.

کم پیش می‌آید که دیگر کسی عاشق بوی کاغذ باشد و ترجیح دهد روزنامه کاغذی را در دست بگیرد و بخواند. به نظر شما چرا این روزها به اندازه گذشته مردم به مطبوعات و روزنامه‌ها توجه ندارند؟

عصر امروز، عصر دیجیتال است و از آن گریزی نیست. در چنین شرایط سختی لاجرم تیراژ روزنامه‌ها، مجله‌ها و کتاب پایین می‌آید و طبیعی است که اکثر مردم ترجیح می‌دهند از طریق سایت‌ها و کانال‌ها اخبار را پیگیری کنند. بنابراین در چنین شرایطی نشریه‌ای موفق است که بتواند با دقت در جزئیات با نیاز مردم همگام شود و ارتباط خوبی با مردم برقرار کند. در این مسیر تفاوت بین کسانی که به‌صورت حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای کار می‌کنند بسیار زیاد است و مردم ما خوشبختانه بسیار آگاه هستند و آگاهانه خوب را از بد تشخیص می‌دهند. بدون تعارف می‌گویم روزنامه جام‌جم جزو آن دسته نشریاتی است که به‌صورت حرفه‌ای و با ایده‌های جدید در حال فعالیت است.

به‌طورکلی چه فاکتورهایی یک روزنامه را جذاب و خواندنی می‌کند؟

محتوا، صداقت، آگاهی، طراحی، نویسندگان، مطالب و گرافیک از مواردی است که می‌تواند یک روزنامه را جذاب و خواندنی کند. نشریاتی با تصویرسازی‌های خوب و جذاب نه‌تنها برای بزرگسالان که برای کودکان هم جذاب است و ما باید بچه‌ها را از همان دوران کودکی به کتاب و روزنامه و مجله عادت دهیم. روزنامه جام‌جم از یک جهت برای مخاطبانش حائز اهمیت است و آن احساس وظیفه و مسئولیتی است که در قبال وظیفه‌اش دارد.

مهم‌ترین وظیفه روزنامه جام جم چیست؟

روزنامه جام‌جم مهم‌ترین تولید موسسه فرهنگی، مطبوعاتی جام‌جم به‌شمار می‌آید که به سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران وابسته است. این روزنامه سال‌ها پیش به‌عنوان یک رسانه نوشتاری در کنار رسانه‌های دیداری و شنیداری سازمان صداوسیما تشکیل شد که البته وجود آن در کنار شبکه‌های مختلف رادیویی و تلویزیونی بسیار ضروری بود، چراکه این روزنامه در درجه اول یک نشریه خبری برای علاقه‌مندانش بود که باید فارغ از مسائل سیاسی، اقتصادی و ... مباحث فرهنگی و اجتماعی را در اولویت خود قرار دهد. این روزنامه فرصت مغتنمی را در اختیار علاقه‌مندان به تولیدات سازمان صداوسیما قرار می‌دهد تا از این طریق اطلاع کامل و دقیقی از آنچه در رسانه ملی پخش می‌شود بیابند. درواقع روزنامه جام‌جم مکملی برای آثار رادیویی و تلویزیونی است. این خط اصلی روزنامه جام‌جم است. حالا اگر این روزنامه از خط اصلی‌اش منحرف شود و به مسائلی بپردازد که در شرح وظایف اصلی نشریات دیگر گنجانده شده، طبعا مخاطبانش را راضی نمی‌کند. در توضیح نکته‌ای که گفتم مثالی می‌آورم. مثلا اگر مجله «فیلم‌امروز» با صاحب‌امتیازی هوشنگ گلمکانی کماکان موفق و پابرجاست به دلیل این است که تحت هیچ شرایط محیطی و اجتماعی از خط و موضوع اصلی‌اش خارج نشده.

روزنامه جام‌جم طی سال‌های انتشارش گاهی پررنگ و گاهی کم‌رنگ ظاهر شده اما درمجموع عملکرد مثبتی داشته و ازجمله نشریاتی است که سعی کرده عملکرد متفاوتی نسبت به سایر روزنامه‌ها داشته باشد

از نقاط قوت روزنامه جام جم که گفتید. از دید شما این روزنامه چه نقطه‌ضعفی دارد که باید روی آن بیشتر تمرکز کند؟

هریک از تولیدات صداوسیما محتوا و کیفیتی دارند که باید مورد بررسی و نقد منصفانه قرار بگیرند و وظیفه نقد این آثار دقیقا بر عهده نشریه خود سازمان است. به نظرم روزنامه جام‌جم باید تمرکز بیشتری در نقد آثارش داشته باشد. در این صورت است که می‌تواند به سریال‌ها و برنامه‌های تلویزیونی کمک محتوایی و غنی کند تا سطح فرهنگ مخاطب و جامعه بالاتر برود. از این منظر رسالت سنگینی بر عهده دوستان در نشریه جام‌جم است.

فارغ از بحث تولید محتوا به‌عنوان کسی که هنوز با نشریات و دغدغه آنها در ارتباط هستید، فکر می‌کنید چه شاخصه‌هایی می‌تواند روی دکه، مخاطب را مجاب به خرید و خواندن یک روزنامه کند؟

صداوسیما بالاترین و قوی‌ترین سازمان تبلیغاتی نظام جمهوری اسلامی ایران است که نشریه وزینی به نام روزنامه جام‌جم دارد. به اعتقاد من، حتی خود سازمان صداوسیما هم تا به امروز آن‌طور که شایسته است در جهت معرفی و تبیین روزنامه‌اش در سطح کلی جامعه کوشش نکرده. صداوسیما باید در جهت معرفی هرچه‌بیشتر این روزنامه و روشن‌کردن اهداف و عملکرد آن بکوشد. سازمان صداوسیما و روزنامه جام‌جم باید با هم هماهنگ باشند و دوشادوش هم حرکت کنند که کیفیت کارشان بالا برود. زیرا عدم هماهنگی شان کلیت این رسانه را با مشکل مواجه می‌کند و موجب ریزش مخاطب و گرایش آنها به رسانه‌های خارجی می‌شود. وظیفه هماهنگی این دو رکن هم بر عهده روابط عمومی سازمان صداوسیماست. در مرحله بعد آنچه برای یک نشریه چشم‌نواز است صفحه‌آرایی، کیفیت چاپ، حروفچینی، لوگو و هر آن چیزی است که به زیبایی بصری آن کمک می‌کند. یک روزنامه باید به لحاظ هر دو وجه هنری و محتوایی ارزشمند باشد.

آیا مواردی که ذکر کردید برای آشتی مردم با مطبوعات کفایت می‌کند؟

به‌طورکلی امروزه نشر اندیشه با مشکل مواجه شده و ارگان‌هایی که به نشر اندیشه کمک می‌کنند یکی پس از دیگری متوقف شده‌اند. به‌عنوان‌مثال انجمن قلم بعد از انقلاب نویسندگان روشن و توانمندی پرورش داده که هرکدام توانایی زیادی در آگاه کردن جامعه دارند اما متاسفانه نه حمایت می‌شوند نه در معرض دید قرار می‌گیرند. آنها در همان دایره‌ای که در دهه ۶۰ برای‌شان تعریف شده بود مانده‌اند. امروز خیلی‌ها فریاد می‌زنند آزادی قلم. درحالی‌که این عبارت در ابهام فرو رفته. آزادی قلم یعنی چه؟ وقتی حتی نویسندگانی که با مشی انقلاب اسلامی هم موافق هستند به بوته فراموشی سپرده شده‌اند دیگر چه توقعی می‌شود از حوزه قلم داشت. در حوزه نشر اندیشه سردرگمی مدیریتی وجود دارد که گریبانگیر تمام ارکان این حوزه ازجمله نشریات کاغذی هم شده است. برای برون‌رفت از این سردرگمی، همایش‌ها و تعریف مجدد زیرساخت‌ها لازم است که اگر در انجام آن اهمال شود ابتذال به فرهنگ و هنر ورود می‌کند. از این منظر سازمان صداوسیما می‌تواند بانی نگاه و جریان جدید به فرهنگ‌وهنر باشد.

و در پایان به نظر شما روزنامه جام جم در اشاعه فرهنگ‌وهنر در جامعه چقدر موفق بوده و عملکرد آن را چطور ارزیابی می‌کنید؟

این روزنامه طی سال‌های انتشارش گاهی پررنگ و گاهی کم‌رنگ ظاهر شده اما درمجموع عملکرد مثبتی داشته و ازجمله نشریاتی است که سعی کرده عملکرد متفاوتی نسبت به سایر روزنامه‌ها داشته باشد. این تفاوت هم در پایبندی روزنامه به بیان حق و مطالبات اهالی فرهنگ‌وهنر ریشه دارد. دغدغه‌های فرهنگی و ناهنجاری‌هایی که در سطح جامعه بوده را شناسایی کرده و رسانه‌ای مفید برای این حوزه بوده است. امیدوارم این نشریه در بیست‌وچهارمین سال انتشارش با نوآوری‌های به‌روز و خلاقیت چشمگیر بتواند مخاطب بیشتری را جذب کند و در جهت رفع موانع فرهنگی در حوزه‌های مختلف موسیقی، تئاتر، تجسمی و ... بکوشد. این نشریه نقش بسزایی در اشاعه مباحث فرهنگی هنری داشته و به‌طورکل تلاش و دقت در بدنه این نشریه مشهود است.



قاب

بازی پدرو پاسکال در «گلادیاتور ۲»

بازیگری که در فیلم یا سریالی گل می‌کند، بلافاصله با پیشنهادهای خوبی در بازیگری روبه‌رو می‌شود و جزو اولویت‌های بازی در آثار سینمایی و تلویزیونی قرار می‌گیرد. نمونه متاخرش همین پدرو پاسکال که باوجود چند سال فعالیت در سینما و تلویزیون اخیرا با بازی در سریال پرطرفدار «آخرین بازمانده از ما» به شدت موردتوجه قرار گرفت و محبوب شد و حاالا خبر رسیده که یکی از بازیگران فیلم گلادیاتور۲ به کارگردانی ریدلی اسکات باشد. بری کیوگان، کانی ینلسن و دنزل واشینگتن دیگر بازیگران فیلم هستند. قسمت اول این فیلم با بازی راسل کرو اثری درخشان، محبوب و پربیننده بود.



نظر

دلنوشته‌ای برای آتیلا پسیانی



روح‌ا... سهرابی، مدیرکل اداره نظارت بر عرضه و نمایش سازمان سینمایی پس از برگزاری مراسم نکوداشت آتیلا پسیانی، بازیگر سینما درباره این هنرمند یادداشتی نوشت. در بخشی از این یادداشت به همکاری مشترک در سریال «آرام می‌گیریم» اشاره و ذکر کرد: «ایشان (آتیلا پسیانی) بدون این‌که خود را درگیر حاشیه یا مسائل خارج از حیطه حرفه‌ای سینما و سریال کنند، تمام و کمال انرژی خود را صرف نقشی کردند که برعهده داشتند و البته حاصل آن خلق شخصیتی جذاب و دلنشین بود. به طوری که معتقدم فارغ از مولفه‌های منحصر به فردی که سریال «آرام می‌گیریم» برای جذب مخاطب حداکثری داشت، بخش قابل توجهی از موفقیت در اخذ بالاترین رای مردمی در بین سریال‌های تلویزیونی سال را باید مرهون حضور درست و حرفه‌ای آتیلا پسیانی دانست. در این‌که شخصیتی همچون آتیلا پسیانی که تئاتر، سینما و تلویزیون به نوعی آمیخته با خدمات ارزشمند و ماندگار اوست شکی نیست اما این‌که فردی در این سطح از کیفیت و تاثیر، کماکان در فضایی حرفه‌ای و معین قدم بردارد و اصولا علاقه‌ای به تعرض به حیطه و ساحت دیگران نداشته باشد و صرفا در خدمت نقش و وظیفه‌ای که به وی محول شده، باشد، بسیار ارزشمند و قابل تحسین است.» /مهر

سینمای جوان

فیلمبرداری «تاخت» به پایان رسید



فیلمبرداری فیلم «تاخت» به نویسندگی و کارگردانی معراج بهرامی به پایان رسید. این فیلم که در ژانر وسترن ساخته شده، سومین تجربه کارگردانی معراج بهرامی است. این فیلم کوتاه روایتگر خشمی است که فرصت بروز در رابطه با ارزش‌های پوچ و تو خالی جامعه مدرن را پیدا می‌کند. محمدعلی هاشمی، بهزاد قره‌گوزلیان و محمد نصیری در این اثر به ایفای نقش می‌پردازند. ژانر وسترن، از گونه‌های قدیمی و محبوب سینمای آمریکاست که چندان سنخیتی با سینمای ایران ندارد. با این حال می‌توان به نمونه‌هایی چون «هی جو»، «آرزوی بزرگ» و وسترن‌های کوتاه نگهدار جمالی اشاره کرد. از دیگر عوامل این فیلم که در بیابان‌های بویین‌زهرا فیلمبرداری شده‌است، می‌توان به مشاور کارگردان: محمدتقی احمدزاده، دستیار اول کارگردان: محمدعلی هاشمی، دستیار دوم کارگردان: علی کاظمی، مدیر فیلمبرداری: محمدامین شریفی‌کیا، مدیرصدابرداری: محسن ظهرابی، سرمایه‌گذاران: مریم متبحری، معراج بهرامی و... اشاره کرد. / جام‌جم