



نمایش و نقد فیلم سینما متروپل در فرهنگسرای ارسباران

فیلم سینمایی «سینما متروپل» به کارگردانی محمدعلی باشه آهنگر و تهیه کنندگی سیدحامد حسینی یکشنبه ۲۰مهرماه ۱۴۰۴ در فرهنگسرای ارسباران اکران و پس از آن نقد و بررسی می‌شود.

فیلم سینمایی «سینما متروپل» ساخته محمدعلی باشه آهنگر در ژانر درام، اجتماعی و عاشقانه یکشنبه ۲۰ مهر ماه ۱۴۰۴ ساعت ۱۸ در فرهنگسرای ارسباران اکران و پس از آن با حضور سید حامد حسینی تهیه کننده، محمدعلی باشه آهنگر (نویسنده و کارگردان)، حامد باشه آهنگر (نویسنده)، حمید باشه آهنگر (تدوین)، رضا کیانیان(بازیگر)،نوشین مسعودیان(بازیگر)، حسین باشه آهنگر(بازیگر)، کورش جاهد(مدرس سینما) و جمعی دیگر از عوامل فیلم نقد و بررسی می شود. «سینما متروپل» و رایتگر تلاش گروهی از مردم آبادان برای بازسازی و راندانازی دوباره یک سینما در روزهای سخت محاصره است. قصه‌ای از امید، عشق و سینما در روزهای سخت. مجتبی پیرزاده، نوشین مسعودیان، هومن برق‌نورد، حسین باشه آهنگر، پروش نظری، شهاب عسگری، سهراب منصوری، فرید قبادی، هادی عامل‌هاشمی، حسین پورپوره، شهریار فرد، رضا کیانیان و... بازیگران این فیلم سینمایی هستند. «سینما متروپل» در چهل و یکمین جشنواره فیلم فجر نامزد ۱۲ رشته و برنده ۴ جایزه از جمله برنده سیمرغ بلورین بهترین فیلم، بهترین کارگردانی، بهترین فیلمبرداری و دیپلم افتخار بهترین بازیگر نقش مکمل مرد شد.

کامران فانی در بیمارستان

کامران فانی برای بررسی بیشتر بیماری‌اش در بیمارستان بستری شد هفته گذشته خبر رسید کامران فانی که دچار بیماری فراموشی شده، در ۸۱ سالگی در سراسی سالماندانی در کرج روزگار می‌گذراند؛ حالانیکدم حسینی‌پور، مدیرکل روابط عمومی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درباره وضعیت این چهره پیشکسوت حوزه کتاب و ادبیات به ایسنا گفت: حال عمومی آقای فانی خوب است و به لحاظ جسمی مشکلی ندارد؛ اما برای بررسی بیشتر روند بیماری فراموشی در یکی از بیمارستان‌های تهران بستری شدند. او سپس یادآور شد: پس از بررسی‌های لازم، ایشان به سرای سالماندانی در تهران منتقل خواهد شد تا مراقبت‌های بیشتری از او صورت بگیرد. گویا قرار است فرهنگستان زبان و ادب فارسی، سازمان اسناد و کتابخانه ملی و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پیگیر کارهای کامران فانی باشند.



بخش نمایش رادیویی «ابله» از رادیو نمایش

نمایش راد یویی «ایله» به نویسندگی سیمین بنائی و کارگردانی ایوب آقاخانی با اقتباس از رمان ماندگار قشودور داستایوفسکی تولید شده است. این نمایش روایتی عاشقانه از زندگی پر نس میشکین و ناستازیا است؛ ناستازیا زنی است که از ادواج‌های تحمیلی می‌گریزد و دل در گرو پرنس دارد. او که دختر کلنل را به ادواج با میشکین ترغیب می‌کند، در نهایت از تصمیم خود بازمی‌گردد و نامزدی را بر هم می‌زند. سرانجام، روگوژن، مردی دلباخته و حسود، ناستازیا را به قتل می‌رساند. این اثر با تهیه کنندگی علی بهرامی، نویسندگی سیمین بنائی، صدابرداری محمدرضا محتمشی و افکت محمدرضا قبادی در آماده بخش شده است. در این نمایش گروهی از هنرمندان شناخته‌شده رادیو نمایش از جمله امیر منوچهری، محمدرضاقلمیر، شهریار حمزبان، نگین خواجهنصیر، سمیا خورشید، شیمیا جانقربان، محمد شریفی مقدم، مهدی نمینی مقدم، احمد هاشمی، مونا صفی، محمد مجزاده، محمدسعید سلطانی و نورالدین جوادبان حضور دارند. نمایش رادیویی «ابله» از ۱۹ مهر ساعت ۲۰:۳۰ بامداد از رادیو نمایش پخش و تکرار آن همان روز ساعت ۱۲:۳۰ پخش خواهد شد.



روز نامه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی صبح ایران

صاحب امتیاز: پیام‌آوران نشر روز
مدیر مسئول: محمدجواد اخوان
سر دبیر: غلامرضا صدقیان
آدرس: تهران، خیابان بیهقی
کوچه شهید اکبر زجاجی (چهاردهم غربی)، پلاک ۱۲
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۴۵۴۸۸
روابط عمومی: ۸۸۵۲۳۰۶۰- فکس: ۸۸۴۹۸۴۶۶
توزیع: مؤسسه نشر گستر امروز نوین ۸۸۷۳۰۹۴۲
چاپ: همشهری
Public@JavanOnline.ir

| روزنامه جوان | شماره ۷۲۷۲ | یکشنبه ۲۰ مهر ۱۴۰۴ | ۱۹ ربیع‌الثانی ۱۴۴۷ | اذان ظهر: ۱۱:۵۱ | غروب آفتاب: ۱۷:۲۳ | ۱۷:۵۱ مغرب: ۱۷:۵۱ | نیمه شب شرعی: ۲۳:۰۰ | اذان صبح فردا: ۰۴:۴۶ | طلوع آفتاب فردا: ۰۶:۰۹

پیامبر گرامی اسلام (صلی‌الله علیه و آله):

از لجاجت و لجبازی بپرهیز

که آغاز آن نادانی و فرجام آن پشیمانی است.

تحف العقول، ص ۱۴

مسابقه تلویزیونی ۱۰۰

تلفیقی از درام، موسیقی و ابتکار ایرانی



فاطمه سلمانی

مسابقه تلویزیونی «۱۰۰» با دکوری به وسعت بیش از ۱۵۰۰ متر مربع عرصه‌ای نوین در سنجش اطلاعات عمومی و سرعت عمل شرکت‌کنندگان را به تصویر می‌کشد. این برنامه که با الهام از فرمت جهانی محبوب و با بومی‌سازی هوشمندانه برای مخاطب ایرانی طراحی شده است در ۶ فصل روی آنتن شبکه سه سیما خواهد رفت. سازندگان این برنامه با درهم آمیختن عناصری مانند درام، موسیقی، هیجان و ابتکار و زدودن عناصر اضافی توانسته‌اند یک فرمت جهانی را به مسابقه تلویزیونی کاملاً ایرانی بدل کنند. مسابقه تلویزیونی «۱۰۰» بستری برای نمایش گستره وسیع دانش و شناخت شرکت‌کنندگان از دنیای پیرامونشان است. فرم کلی مسابقه «۱۰۰» ریشه در قالب بین‌المللی «۱۰۰ The» دارد که در کشورهای متعددی از جمله ایالات متحده آمریکا، انگلستان، فرانسه، آلمان و استرالیا با موفقیت‌های چشمگیری روبه‌رو شده است. این فرمت بر پایه ترکیبی از دانش عمومی، سرعت واکنش و توانایی اجرای استراتژی‌های رقابتی بنا شده است. ایده اصلی این است که با افزایش تعداد شرکت‌کنندگان در ابتدای مسابقه هیجان و تنوع در مراحل اولیه حفظ می‌شود و با حذف تدریجی تمرکز روی رقابت‌های نزدیک‌تر و بر فشارت قرار می‌گیرد.

ایرانیزه کردن یک فرمت جهانی هر چند فرمت «۱۰۰» یک قالب جهانی است اما موفقیت آن در ایران به دلیل بومی‌سازی هوشمندانه آن است. این بومی‌سازی می‌تواند در انتخاب سؤالات، نوع چالش‌ها، و حتی لحن و سبک اجرای مجری خود را نشان دهد. هدف این است که مخاطب ایرانی احساس نزدیکی و همدان‌پنداری با برنامه داشته باشد و احساس کند که این مسابقه بخشی از دنیای اوست. این تلفیق باعث می‌شود که «۱۰۰» صرفاً یک کپی از برنامه‌های خارجی نباشد، بلکه هویتی مستقل و ایرانی پیدا کند. دگر عظیم بیش از ۱۵۰۰ مترمربعی، خودهای جدید، سرمایه‌گذاری کلان و تلاش برای ایجاد تجربه‌ای بصری قدرتمند برای مخاطب است. این ابعاد وسیع، امکان اجرای چالش‌های متنوع و قرارگیری تمامی شرکت‌کننده را به‌طور هم‌زمان فراهم می‌آورد و حس مقیاس بزرگ رقابت را تشدید می‌کند.

اما موفقیت آن در ایران به دلیل بومی‌سازی هوشمندانه آن است. این بومی‌سازی می‌تواند در انتخاب سؤالات، نوع چالش‌ها، و حتی لحن و سبک اجرای مجری خود را نشان دهد. هدف این است که مخاطب ایرانی احساس نزدیکی و همدان‌پنداری با برنامه داشته باشد و احساس کند که این مسابقه بخشی از دنیای اوست. این تلفیق باعث می‌شود که «۱۰۰» صرفاً یک کپی از برنامه‌های خارجی نباشد، بلکه هویتی مستقل و ایرانی پیدا کند. دگر عظیم بیش از ۱۵۰۰ مترمربعی، خودهای جدید، سرمایه‌گذاری کلان و تلاش برای ایجاد تجربه‌ای بصری قدرتمند برای مخاطب است. این ابعاد وسیع، امکان اجرای چالش‌های متنوع و قرارگیری تمامی شرکت‌کننده را به‌طور هم‌زمان فراهم می‌آورد و حس مقیاس بزرگ رقابت را تشدید می‌کند.

این مسابقه تلویزیونی «۱۰۰» در فرمت منحصر به فرد آن نهفته است. ۱۰۰ شرکت‌کننده هر کدام یک فرصتی برای اثبات خود دارند. این مسابقه تلویزیونی «۱۰۰» در فرمت منحصر به فرد آن نهفته است. ۱۰۰ شرکت‌کننده هر کدام

حجازی‌فر در مقام یک هنرمند که فضای تئاتر، سینما و تلویزیون را تجربه کرده است می‌تواند با لحن، بیان و اجرای خود به برنامه انرژی ببخشد. او صرفاً یک گوینده نیست، بلکه هدایت‌گر مخاطب در طول چالش‌هاست. نحوه نمایش سؤالات در «۱۰۰» نیز ابتکاری است؛ سؤالات به‌صورت تصویری روی ویدئو وال داخ استودیو به‌نمایش درمی‌آیند و شرکت‌کنندگان باید در زمان تعیین‌شده نام تصویر را بیان کنند. تنوع موضوعات تصاویر از خوراکی‌ها و میوه‌ها گرفته تا لوازم ورزشی، اماکن دیدنی، چهره‌های سرشناس و... این بخش را به‌محک جدی اطلاعات عمومی شرکت‌کنندگان تبدیل کرده است. دامنه موضوعی سؤالات، نقش حیاتی در سنجش اطلاعات عمومی ایفا می‌کند. این رویکرد نه تنها جنبه سرگرمی برنامه را افزایش می‌دهد بلکه توانایی شرکت‌کنندگان در تشخیص طبقه‌بندی اطلاعات بصری را نیز به چالش می‌کشد. همچنین تنوع موجود تضمین می‌کند که طیف وسیعی از دانش عمومی مورد نیاز است و شرکت‌کنندگان نمی‌توانند صرفاً با تکیه بر یک حوزه تخصصی موفق شوند. این امر برنامه را برای مخاطبان با علایق مختلف نیز جذاب‌تر می‌کند زیرا هر کسی ممکن است در یک حوزه خاص، دانش بیشتری داشته باشد.

موسیقی مسابقه توسط آریا عظیمی‌نژاد، آهنگساز برجسته موسیقی ایران ساخته شده است. موسیقی می‌تواند حس هیجان، اضطراب، شادی یا آرامش را در لحظات مختلف برنامه منتقل کند. در «۱۰۰» موسیقی فضایی پر تنش و دراماتیک برای چالش‌ها و فضایی پرانرژی برای معرفی و بخش‌های دیگر برنامه ایجاد کرده است. سبک آهنگسازی عظیمی‌نژاد که غالباً با تلفیق المان‌های سنتی و مدرن همراه است به «۱۰۰» جلوه‌ای منحصربه‌فرد و ایرانی بخشیده است. محسن نجفی سوزلی به‌عنوان طراح و تهیه‌کننده نقش محوری در شکل‌گیری «۱۰۰» ایفا می‌کند. تیم بزرگ پشت صحنه شامل طراحان صحنه، نورپردازان، صدابرداران، تدوین‌گران، مدیران تولید و عوامل فنی، نقش حیاتی در اجرای موفق «۱۰۰» دارند. کیفیت اجرای برنامه تا حد زیادی به هماهنگی و تخصص این افراد بستگی دارد.

تنوع سنی شرکت‌کننده ها اشاره به تنوع سنی شرکت‌کنندگان (که در آینده مورد توجه بیشتری قرار خواهد گرفت) نکته مهمی است. حضور افراد از سنین، مشاغل و پیشینه‌های مختلف به برنامه رنگ و لعاب بیشتری می‌بخشد و امکان هم‌راهی را برای طیف وسیع‌تری از مخاطبان فراهم می‌آورد چراکه این تنوع نشان‌دهنده این است که دانش و هوش، مختص به قشر یا گروه خاصی نیست. همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، بومی‌سازی فرمت جهانی، کلید موفقیت «۱۰۰» در تلویزیون است. وقتی مخاطب، عناصر آشنای فرهنگی، زبانی و اجتماعی را در یک قالب بین‌المللی می‌بیند، احساس نزدیکی بیشتری با برنامه پیدا می‌کند. این تلفیق باعث می‌شود که «۱۰۰» به جای یک مسابقه خارجی دونه باشد یا ترجمه شده به‌عنوان یک برنامه ملی دیده‌شود. انتظار می‌رود که این مسابقه در فصول آتی نیز با نوآوری‌ها و پیوندهای بیشتر جایگاه خود را بین مخاطبان تثبیت کند.

انتخاب هدای جازای هر فصل به‌عنوان مجری، یک انتخاب مهم است. بازیگران شناخته‌شده معمولاً توانایی خوبی در برقراری ارتباط با مخاطب، ایجاد هیجان، و مدیریت فضاهای رقابتی را دارند.

عبدالرحیم سعیدی زاد:

شعر فضای پویاتری برای ترویج کتابخوانی ایجاد می‌کند

کتاب غنا و تنوع برنامه‌ها را افزایش می‌دهد، گفت: شعر فضای پویاتری ایجاد می‌کند. ضمناً در هفته کتاب جمهوری اسلامی ایران، از فرصت استفاده می‌شود تا از مفاهیر ادبی و شاعران بزرگ ایران تجلیل و یاد و خاطره آنها گرمای داشته شود.

وی بیان کرد: احساس اینکه شعر خوانی به حاشیه رانده شده مدتی است که قابل لمس است. دلایل این امر پیچیده و چندبعدی است و شاید به تحولات اجتماعی، تکنولوژیکی و ذائقه هنری مردم برگردد. جامعه امروز به سمت مصرف سریع و آسان محتوا پیش رفته است. موسیقی، فیلم، سریال و حتی پست‌های کوتاه شبکه‌های اجتماعی، محتوایی هستند که بلافاصله و با کم‌ترین تلاش ذهنی، مخاطب را درگیر می‌کنند. برعکس شعر، به ویژه شعر خوب نیاز به تأمل، درنگ و تفسیر دارد.

شاعر مجموعه «انقلاب آینه‌ها» عنوان کرد: شعر همواره در قلب فرهنگ و زبان ما جای داشته و دارد و همچنان مخاطبان خاص و پر شور خود را حفظ کرده است.

برقرار کنند. همچنین برنامه‌های شعر محور مانند شب‌های شعر، مسابقات مجاوره و کارگاه‌های شعر می‌تواند به جذب مخاطبان جدید به ویژه نسل جوان به رویدادهای فرهنگی و دنیای کتاب کمک کند.

شاعر کتاب «چشمان بی‌شبک» با تأکید بر اینکه حضور شعر در کنار سایر فعالیت‌های فرهنگی مانند رونمایی کتاب، نشست‌های تخصصی و نمایشگاه‌های



ترس هالیوود از اکران «صدای هند رجب»

به‌عنوان تهیه‌کنندگان اجرایی از آن حمایت کرده‌اند. «صدای هند رجب» در جشنواره ونیز، ۲۳ دقیقه تشویق ایستاده دریافت کرد که طولانی‌ترین مدت زمان تشویق در تاریخ جشنواره است و سپس در رویدادهای مختلف جهانی از جمله در امریکا نمایش داده شد. این فیلم در ایتالیا با موفقیتی بزرگ اکران شد و رتبه چهارم گیشه با فروش ۵۰۰ هزار دلار از ۴۰۰ سالن در دو هفته نخست و عبور از مرز یک میلیون دلاری را رقم زد. همه سه فیلم پیشین کوثر بن هنیه پخش آمریکایی داشته‌اند، اما این بار اوضاع متفاوت است. در گفت‌وگو با چندین تهیه‌کننده و پخش‌کننده بین‌المللی، هیچ‌یک حاضر نشدند به‌صورت رسمی اظهار نظر کنند. یکی از خریداران بزرگ آمریکایی گفت: «خریداران از ترس یا به‌دلیل مخالفت با سیاست فیلم، عقب می‌کشند، من واقعا متعجبم.»

یکی از شرکت‌های مطرح سینمای هنری نیز توضیح داد: «به فیلم علاقه‌مند بودیم، اما با توجه به نبود چشم‌انداز برای فروش، اما پلتفرم‌های استریم برای درگیری فصل جوایز، تصمیم گرفتیم پیشنهاد ندهیم.»

قیمت درخواستی برای فروش، در حدود صد هزار دلار است، مبلغی قابل توجه اما نه غیرمعمول برای فیلمی با این سطح.

باین حال، بی‌میلی پلتفرم‌ها به آثار سیاسی یا چالش‌برانگیز مانع اصلی است.

این در حالی است که فیلم برنده اسکار «سرزمین دیگری نیست» درباره کرانه باختری، سال گذشته ۲/۵ میلیون دلار در گیشه آمریکا فروخت و نشان داد که برای روایت‌های فلسطینی، تماشاگر وجود دارد.

خریدار دیگری افزود: «این فیلم بلیت تضمینی برای جوایز است، اما پلتفرم می‌تواند به نظر رایکارانه برسد. از سوی دیگر، در فضای سیاسی فعلی، هر پخش‌کننده‌ای که آن را عرضه کند زیر ذریعین قرار می‌گیرد.»

شرکت‌های مانند «MUBI» گزینه‌های طبیعی برای توزیع این فیلم در آمریکا به‌نظر می‌رسند، اما با توجه به حمایت مالی اخیر شرکت سرمایه‌گذار اسرائیلی سکویا از آن، پذیرش چنین پروژه‌ای می‌تواند جنجال‌آفرین شود.

یکی از کارشناسان اروپایی پخش فیلم در این باره گفت: «در آمریکا خرید فیلمی مثل «صدای هند رجب» فقط به معنای باور به کیفیت اثر نیست؛ بلکه نیاز به منابع و تیمی دارد که بتواند در برابر حملات سیاسی و رسانه‌ای از آن دفاع کند.

بسیاری از شرکت‌ها چنین توان یا تمایلی ندارند.»

نگاهی به وضعیت بازار نشر در ۶ ماه اول سال

افزایش حدود ۴۰ درصدی قیمت کتاب

شش ماه نخست امسال، ۳۵ هزار و ۲۴۰ عنوان شد که در قیاس با دوره مشابه در سال گذشته ۷/۱۷ درصد رشد داشته است. از سوی دیگر، تعداد عناوین تجدید چاپ در شش ماه نخست سال در قیاس با دوره مشابه سال گذشته با ۱۲/۵۹ درصد کاهش، ۱۶ هزار و ۴۱۳ عنوان بوده است.

یکی از نکات قابل تأمل در آمارهای منتشر شده، افزایش حدود ۴۰ درصدی قیمت کتاب در این بازه زمانی در قیاس با دوره مشابه در سال گذشته است، به طوری که قیمت کل کتاب در امسال به ۹۲ میلیارد و ۵۲ میلیون و ۳۶۵ هزار و ۸۶۴ ریال رسیده است.

گران‌ترین کتاب‌های شش ماه نخست امسال، مربوط به گروه علوم اجتماعی با ۲۰ میلیارد و ۲۰۵ میلیون و ۲۱۶ هزار و ۲۱۶ ریال و پس از آن، به کمک درسی با ۱۹ میلیون و ۱۶۰ میلیون و ۸۷۶ هزار و ۱۵۰ ریال اختصاصی داشته است. از سوی دیگر، اگر میانگین قیمت هر صفحه را در نظر بگیریم، کتاب‌های کودک و نوجوان با ۱۵ هزار و ۸۵۵ در صدر گران‌ترین کتاب‌ها قرار خواهند گرفت.

کتاب‌های کودک و نوجوان در شش ماه نخست امسال با ۴۱/۵۰ درصد افزایش نسبت به دوره مشابه پارسال در دسترس خانواده‌ها قرار داده شده است. همچنین در نیم سال نخست، میانگ ۱۲/۱۵ درصد کاهش نسبت به دوره مشابه سال گذشته است. از این میان، تعداد پنج هزار و ۱۶۵ عنوان تألیف و ۲ هزار و ۹۷۳ عنوان ترجمه ثبت شده است.



قیمت کتاب در شش ماه نخست سال جاری با حدود ۴۰ درصد در قیاس با دوره مشابه ثبت شده است، امری که حذف پیش‌تر کتاب از سبد فرهنگی خانواده‌ها را به همراه خواهد داشت. در تلویزیون، طبق آمار منتشر شده از بازار نشر در شش ماه نخست سال جاری تعداد ۵۱ هزار و ۶۵۳ عنوان کتاب منتشر شده است که از این تعداد، ۳۹ هزار و ۲۴۶ عنوان تألیف و ۱۲ هزار و ۴۰۷ عنوان در حوزه ترجمه وارد بازار نشر شده است. بررسی آمار نشر نشان می‌دهد که در شش ماه نخست سال جاری فقط ۱۷۰ عنوان کتاب در قیاس با دوره مشابه در سال گذشته، کمتر منتشر شده است که با در نظر گرفتن شرایط کشور و تجاوز رژیم صهیونیستی به خاک وطن، این موضوع دور از انتظار نبوده است.

فروشن‌ترین‌رو، ناشر ضری می‌کند. وقتی ناشر مطمئن نباشد که کتاب شعر می‌تواند

فروش قابل قبولی داشته باشد، تمایلی به سرمایه‌گذاری روی آن نشان نمی‌دهد.