چهارشنبه| اول اسفند ۱۳۹۷| ۲۰ فوریه ۲۰۱۹| ۱۴ جمادی‌الثانی ۱۴۴۰| سال ششم|
شماره ۱۰۸۲| ۸ صفحه| ۱۰۰۰ تومان|

صبا
روزنامه فرهنگ و هنر

رسانه هنرمندان

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی هنری وصف صبا
مدیرمسئول و سردبیر: محمدرضا شفیعی

تلفن: ۶-۷۷۵۸۲۴۲۲ فکس: ۷۷۵۴۸۲۴۵
چاپ: سلام توزیع: نشرگستر امروز
نشانی: خیابان آیت‌اله مدنی کوچه خجسته‌منش پلاک ۵

www.rooznamehsaba.ir
info@rooznamehsaba.ir
rooznamehsaba
telegram.me/rooznamehsaba
SMS: 02177582424

اقتصادفرهنگ وهنر

اوج و فرود چهار دهه سینماسازی و سینمامداری

سینمای ایران بعد از پیروزی انقلاب اسلامی شکل و فرم جدیدی در محتوا پیدا کرد و طی چهل سال پس از پیروزی انقلاب اسلامی توانست، جایگاه مناسبی را در سینمای جهان به دست آورد. صنعت سینما از اجزای مختلفی تشکیل شده که سالن‌های سینمایی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سخت‌افزارهای زیرساختی آن محسوب می‌شود.

افزایش سالن‌های سینمایی در سطح کشور به معنای افزایش مخاطب و رونق چرخه اقتصادی سینمای ایران است، اما مسئله این است پس از گذشت سال‌ها، بحث سالن‌سازی در کشور هنوز هم با مشکلاتی مواجه است.

به گزارش مهر؛ در همین راستا محمد قاصداشرفی؛ رئیس انجمن سینماداران، محمود کاظمی؛ مدیرعامل موسسه «بهمن سبز» و علی سرتیپی؛ سینمادار، ضمن حضور در میزگردی با موضوع وضعیت سالن‌سازی در سینمای ایران به طرح دیدگاه‌های خود در این زمینه پرداختند. محمد قاصداشرفی؛ رئیس انجمن سینماداران، در ابتدای این نشست، گفت: با پیروزی انقلاب اسلامی فعالیت در حوزه سینمامداری را آغاز کردم. در آن زمان دوستان ما در هیات‌مدیره انجمن سینماداران از تجربه‌های خود در این حوزه برای ما می‌گفتند و آماری را از تعداد سالن‌های سینما در اختیار انجمن گذاشته بودند. وی با اشاره به این که باتوجه به این آمار و با تحلیل و بررسی سالن‌های سینمایی قبل و بعد از انقلاب اسلامی ایران، می‌توان گفت پیش از انقلاب اسلامی ۵۷۱ سینما به‌صورت تک‌سالن در سراسر کشور وجود داشت، توضیح داد: پس از انقلاب اسلامی به‌تدریج بخشی از این سینماها از نمایش فیلم محروم شدند و حتی تعدادی از آن‌ها در جریان برخی تندروی‌ها به‌واسطه آتش‌سوزی‌ها از بین رفتند. قاصداشرفی در جمع‌بندی روایت خود از وضعیت سینماسازی در چهار دهه گذشته تصریح کرد: امروز مسئله مهم در زمینه سالن‌سازی این است که پیش از هر چیز باید به سالن‌سازی در شهرستان‌ها توجه شود و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باید سرمایه‌گذاران را به سمت استان‌های دیگر راهنمایی کند، چرا که باتوجه به تعداد سالن‌های سینمایی و پروژه‌های نیمه‌کاره‌ای که در آن وجود دارد و به‌زودی به ناوگان سینمایی اضافه می‌شوند، دیگر به ساخت سالن سینما در تهران نیازی نیست. کاظمی؛ مدیرعامل موسسه «بهمن سبز»، نیز گفت: حوزه هنری بازسازی سالن‌های سینمایی را از دهه ۷۰ آغاز کرد و تا امروز توانسته است تعداد بسیاری از سینماهای خود را در سراسر کشور، بروز کرده و از تک‌سالنه خارج کند. وی تاکید کرد: حوزه هنری طی این سال‌ها یک کار جهادی در ساختمان‌سازی و به‌روزرسانی سینماها انجام داد و این امر نشان می‌دهد که این نهاد به‌عنوان بزرگ‌ترین سینمادار ایران اهداف خود را به‌خوبی دنبال می‌کند و البته تهیه‌کنندگان سینمایی نیز تمایل به استفاده از سینماهای این نهاد را دارند. در گذشته برای ساخت سالن سینما، قراردادی بود که براساس آن یک‌سوم بودجه توسط سازنده، یک‌سوم توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و یک‌سوم از استان مورد نظر تامین می‌شد که البته این یک‌سوم هم تعریف نشده است. وی بیان کرد: معتقدم در این زمینه کمیسیون فرهنگی مجلس می‌تواند ورود پیدا کند و یک اتفاق خوبی را برای سینمای ایران رقم بزنند، البته اگر برای سینمای ایران ارزش قائل هستند. مسئله این است که فیلمسازان ما و آثارشان در تمام دنیا مطرح هستند و بهتر است قدمی برای سینماهای کشور برداریم. مدتی پیش یک تیم از سوریه برای بازدید به ایران آمدند و مجموعه‌های سینمایی شهر اصفهان را دیدند و بسیار تعجب کردند. می‌خواهم بگویم که ما در حوزه سالن‌سازی نسبت به بسیاری از کشورها بیشتر اطلاعات داریم اما مسئله این است که با بودجه لازم برای این امر وجود داشته باشد. قاصداشرفی در پاسخ به این پرسش که چرا دولت برای سالن‌سازی در سینما دیر به فکر افتاد، گفت: باید این را قبول کرد که دولت تاجر خوبی نیست، به همین دلیل باید بستر لازم برای سرمایه‌گذاری را فراهم کند. نباید فراموش کرد که هر زمان دولت تصمیم به انجام کاری گرفت، نتوانست بازدهی خوبی برای جامعه داشته باشد. معتقدم دولت باید بدون حضور مستقیم، بستر لازم برای ورود و سرمایه‌گذاری بخش‌های مختلف مانند بانک‌ها را در حوزه ساختمان‌سازی فراهم کند.

آمار فروش سینماهای سراسر ایران

نام فیلم	هفته نمایش	تعداد سالن	فروش کلی (تومان)
قانون مورفی	۶	۱۷۱	۷,۷۱۹,۲۰۰,۰۰۰
بمب؛ یک عاشقانه	۱۰	۴۰	۶,۵۸۳,۴۳۶,۰۰۰
مارموز	۹	۶۰	۶,۳۱۵,۷۰۰,۰۰۰
پارادایس	۳	۹۸	۱,۹۷۴,۶۸۱,۰۰۰
تخته گاز	۵	۱۲۸	۱,۴۹۹,۷۹۱,۰۰۰
دزدوپری۲	۷	۱۱۵	۱,۴۵۶,۷۸۴,۰۰۰
درساژ	۵	۳۱	۴۵۹,۳۰۶,۰۰۰
ترانه	۳	۶۱	۱۹۶,۸۱۱,۰۰۰
امین و اکوان	۹	۸	۱۲۲,۰۹۷,۰۰۰
سندبادوسارا	۴	۴۳	۶۸,۱۰۲,۰۰۰

منبع: سینما تیکت

ایلنا

برای بخش دولتی زمان اکران فیلم‌ها مهم نیست

منصور سهراب‌پور؛ تهیه‌کننده «درخونگاه» و «حمال طلا» در یادداشتی نوشت: خوشبختانه التهابات جشنواره به پایان رسید و به‌حق یا ناحق سیمرغ‌ها تقسیم شد، اما بحث اصلی من اکران آثار است. امیدوارم مدیران و تصمیم‌گیرندگان حوزه اکران توجه ویژه‌ای به بخش خصوصی داشته باشند چراکه بخش دولتی چندان برایش اهمیت ندارد که فیلم‌هایش یک ماه دیگر یا چند ماه دیگر اکران شود و چندان دغدغه مالی ندارند. بخش خصوصی که سرمایه پاک وارد سینما کرده و زحمت کشیده، برایش مهم است تا هرچه زودتر سرمایه‌اش بازگردد تا بتواند فعالیت خود را ادامه دهد. درواقع حیات این سینما به چینش اکران بستگی دارد. خواهش من این است در بخش اکران ظلم نکنند و با نگاهی منصفانه، برای بخش خصوصی اولویت اکران را قائل شوند.

زمینه تشکیل گروه‌های انتشاراتی صنعتی شدن نشر است

حامد میرزابابایی؛ یکی از فعالان صنفی نشر و رئیس سابق انجمن فرهنگی ناشران بین‌الملل، با اشاره به ضرورت تشکیل گروه‌های انتشاراتی در ایران گفت: تشکیل گروه‌های انتشاراتی، محصول الگوها و مدل‌های تجاری کلانی هستند که کل صنایع در دنیای مدرن اقتصاد از آن بهره می‌برند.

به گزارش ایبنا؛ وی افزود: تشکیل این گروه‌ها در یک بستر اقتصادی کلان اتفاق می‌افتد که نشر هم جزیی از آن است. آنچه در آلمان یا کشورهای اروپایی انجام می‌شود این است که چند شرکت نشر با همدیگر ادغام می‌شوند و در کل می‌توان گفت که آن‌ها مصداقی از یک کلیت هستند که در بستر صنعتی اتفاق می‌افتد. میرزابابایی با بیان این که اگر می‌خواهیم در ایران الگویی از این نمونه کارها داشته باشیم در گام نخست باید نشری داشته باشیم که صنعت باشد، عنوان کرد: نشر ما به معنای تعریف مدرن اقتصادی، صنعتی نشده است و الگوبرداری از چیزی که مقدمه آن صنعتی شدن است می‌تواند الزاماً راه کوتاهی برای رسیدن به نتیجه نباشد، زیرا از آن‌جایی که در وهله اول تجربه این کار اقتصادی را در حوزه کلان سایر صنایع نداریم و ثانیاً نشر ما کمتر صنعتی شده است، به همین دلایل معتقدم نمی‌توانیم دست‌کم در کوتاه‌مدت در این زمینه اقدامی کنیم. مدیر کمیته بین‌الملل بیست‌وهشتمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران تاکید کرد: تلفیق شرکت‌های تجاری در حوزه‌های مختلف عموماً دو دلیل عمده دارد؛ گاهی دو شرکت سودده کوچک هستند که از تلفیق آن‌ها با همدیگر، توانمندی‌های آن‌ها به‌دنبال تاسیس گروه‌های صنعتی و تجاری بیشتر می‌شود و در شکل دوم شرکتی است که بستر و ظرفیت دارد اما به سرمایه بزرگ‌تری نیازمند است. میرزابابایی درباره خریداری شرکت‌ها توسط شرکت‌های بزرگ‌تر نیز توضیح داد: زمانی که یک شرکت بزرگ‌تر، شرکتی را خریداری می‌کند و در حلقه خود می‌برد، قرار است از این بستر باتوجه به توان مالی خود کمک بگیرد تا آن شرکت را بالا بکشد و به یک مجموعه سودده تبدیل کند. وی با بیان این که در ایران هیچ‌کدام از این دو نمونه وجود ندارد، گفت: بسیاری از ناشران در کشور ما در مرحله اقتصاد منفی و زیان‌ده هستند و تلفیق دو زیان‌ده اگر آن‌ها را به منفی بزرگ‌تر نرساند، در بهترین وضعیت به مرحله صفر می‌رساند. میرزابابایی ادامه داد: برخی از ناشران نیز شرکت‌های با توان اقتصادی مثبت هستند اما آنقدر قوی نیستند که نشر دیگری را بگیرند و بالا بیاورند؛ یا آنقدر قدرت ندارند که یک نشر سودده دیگر را خریداری کرده و در خود حل کنند. این موضوع‌ها واقعیت‌هایی هستند که در تحلیل حوزه نشر مغفول مانده است. میرزابابایی همچنین درباره نبود ظرفیت‌های اقتصادی و فرهنگی در زمینه تشکیل موسسات گروهی نشر توضیح داد: از عالم آمارهای تصنعی که فاصله بگیریم، در عالم واقعیت شاهد هستیم که چنین ظرفیت و پولی در صنعت نشر ما وجود ندارد و حتی موفق‌ترین ناشران کسانی هستند که تنها می‌توانند خودشان را سرپا نگه دارند نه این که الزاماً یک بنگاه سودده قدرتمند باشند. وی توضیح داد: در مسیر ارزیابی فرهنگی متوجه می‌شویم ناشران در ایران خط‌بندی‌های عقیدتی مشخصی دارند، مرزبندی‌ها و سمت و سوهای ایدئولوژیک زیادی دارند که گاهی تلفیق آن‌ها را دشوار می‌کند. این در حالی است که در حوزه نشر کتاب‌ها در غرب ممکن است یک ناشر الگوی بالادستی داشته باشد اما الزاما نمی‌توان یک خط عقیدتی خاصی در سطح ناشران حرفه‌ای مشاهده کرد؛ بلکه آن‌ها تمام موضوعات را در بر می‌گیرند. اما این مرزبندی‌ها در ایران آن‌قدر روشن است که در مرزبندی‌های اقتصادی هم تاثیر می‌گذارد. این فعال نشر با بیان این که من با اصل ایده تشکیل موسسات گروهی نشر موافق هستم، گفت: اصل این ایده محصول یک‌سری مقدمات برای اجرا است نه این که به‌صورت مصنوعی ساخته شود، بلکه باید یک سلسله اتفاقات در بستر فرهنگی و اقتصادی رخ دهد.