

**موسیقی**

**کנסرت سراج به یاد خواننده افغان**

سراج، خواننده شناخته شده موسیقی ایرانی با همراهی گروه «سور» تازه ترین کנסرت خود را به یاد احمد ظاهر، خواننده شهیر کشور افغانستان روزهای پنجشنبه



۳۰ آبان ماه و جمعه اول آذرماه برگزار می‌کند. به گزارش «وطن امروز»، در این کانسرت که به آهنگسازی و تنظیم مجید مولانیا به همت مرکز همایش‌های برج میلاد تهران با قیمت بلیت بیس ۷۰ تا ۱۵۰ هزار تومان پیش روی مخاطبان قرار می‌گیرد، گروه «سور» به یاد احمد ظاهر، خواننده فقید موسیقی کشور افغانستان که آثارش در بیس مردم این منطقه از محبوبیت زیادی برخوردار است، قطعاتی را به خوانندگی حسام‌الدین سراج اجرا خواهد کرد.

حسام‌الدین سراج خواننده، حمید قنبری نوازنده تمبک، امین دادوری نوازنده دف و کوزه، روزبه زرعی نوازنده طبل‌وا و پن‌دریاک، علیرضا دریایی نوازنده کمانچه، فرام اسکندری نوازنده کمانچه آلتو، حنا سیدی نوازنده قانون، سحر کمالوند نوازنده رباب و مجید مولانیا نوازنده تار و آهنگساز گروه‌اجرائی کانسرت «مشافه‌نامه‌های بی‌مرز» را تشکیل می‌دهند.

**تئاتر**

**تئاتر در شوک ناآرامی‌ها**

تئاترهای روی صحنه و آثاری که قرار است بزودی اجرای خود را آغاز کنند، متأثر از ناآرامی‌های به‌وجود آمده در حاشیه اعتراضات مردم به قیمت بنزین، با مشکل فروش بلیت



و تبلیغات مواجه شده‌اند. به گزارش مهر، در روزهای اخیر ناآرامی‌های شکل گرفته به‌دنبال برخی اعتراضات مردمی به بالا رفتن قیمت بنزین، در حوزه هنرهای نمایشی نیز تأثیرات منفی قابل توجهی داشته‌است. در شرایط عادی فروش بلیت آثار نمایشی از طریق سایت‌های اینترنتی فروش بلیت، امکان‌پذیر است و مخاطبان برای تهیه بلیت نمایش‌های مورد نظر خود از طریق این سایت‌ها اقدام می‌کنند اما وضعیت به وجود آمده باعث شده فروش بلیت آثار نمایشی با اختلال جدی مواجه شهود. این امر باعث پایین آمدن تعداد مخاطبان آثاری شده که نمایش‌هایی که پیش از این اجراهای‌شان با استقبال مخاطبان همسراه بوده از این معضل در امان نمانده‌اند. طی ۳ روز گذشته مخاطبان کمتری به سالن‌های تئاتری مراجعه کرده و به تماشای آثار نمایشی نشسته‌اند که این امر باعث نگرانی دست‌اندرکاران و تولیدکنندگان تئاتر شده که علاوه بر صرف زمان برای تمرین و به صحنه بردن آثار، هزینه‌های بالای را نیز در شرایط اقتصادی فعلی، صرف تولید اثر خود کرده‌اند.

**سینما**

**ثبت‌نام در جشنواره فیلم فجر فقط تا ۳۰ آبان**

مدیر دبیرخانه جشنواره فیلم فجر گفت: فیلمسازانی که هنوز موفق به ثبت فیلم خود در سایت جشنواره نشده‌اند، می‌توانند تا ۳۰ آبان ماه حضوری به دفتر جشنواره مراجعه



و ثبت‌نام کنند. به گزارش ایسنا، بر اساس فراخوان سی‌وهشتمین جشنواره فیلم فجر تا پایان مهلت قانونی ثبت‌نام برای شرکت در این رویداد، ۲ روز بیشتر باقی نمانده و با توجه به قطعی اینترنت، سیمون سیمونیان درباره احتمال تمدید این مهلت گفت: نیازی به انجام این کار نیست چون بیشتر آثاری که پروانه ساخت داشتند تا به حال ثبت‌نام کرده‌اند. او افزود: به نظر می‌رسد فقط چند فیلم دیگر باقی مانده که در این یکی دو روز، به‌خصوصی ثبت‌نام کرده‌اند و کسانی که هنوز نتوانسته‌اند ثبت‌نام کنند می‌توانند به صورت حضوری ثبت‌نام کنند. به گفته وی، اعلام جزئیاتی از تعداد فیلم‌های ثبت‌نام شده در جشنواره به پس از پایان مهلت ثبت‌نام موکول می‌شود.

**سینمای جهان**

**«محل چینی‌ها» سریال می‌شود**



«تغلیکس» دیوید فینچر را برای کارگردانی سریالی براساس فیلم موفق «محل چینی‌ها» با نویسندگی «رابرت تاون» که نویسنده فیلم اصلی نیز بوده، به خدمت می‌گیرد.

به گزارش فارس به نقل از هالیوود ریپورتر، فیلم سینمایی معروف «محل چینی‌ها» که در سال ۱۹۷۴ میلادی با بازی درخشان «جک نیکلسون» و کارگردانی «رومن پولانسکی» به موفقیت چشمگیری نزد منتقدان و مردم رسید حالا از سوی تغلیکس تبدیل به سریال می‌شود. «تغلیکس» دیوید فینچر را برای کارگردانی سریالی براساس فیلم‌موفق «محل چینی‌ها» بانویسنده «رابرت تاون» که نویسنده فیلم اصلی نیز بوده، به خدمت می‌گیرد. فینچر سابقه همکاری در ساخت ۲ قسمت اول سریال معروف «خانه پوئالی» را با تغلیکس در مقام کارگردان و تهیه‌کننده در کارنامه خود دارد. فیلم «محل چینی‌ها» به گیشه و در میان منتقدان بسیار محبوب شد و موفق به کسب ۱۱ نامزدی اسکار شد که در نهایت رابرت تاون جایزه اسکار «بهترین فیلمنامه» را از آن خود کرد.

**حضرت محمد مصطفی (ص)**

چنان با مردم مصاحبت داشته باش که خود دوست داری به همان گونه با تو مصاحبت کند

**روزنامه سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی**

صاحب‌امتیاز و مدیرمسئول: محمد اخوندی  
 سردبیر: سعید عابدین نورالدینی

نشانی: خیابان انقلاب اسلامی، بین حافظ و خیابان ولیعصر (عج) کوچه سعید، پلاک ۹  
 روابط عمومی: ۶۶۴۱۳۷۲۴ | تحریریه: ۶۶۴۱۳۷۲۳ | نمابر: ۶۶۴۱۳۷۲۳  
 سازمان آگهی‌ها: ۶۱۰۸۶۱۶۲۳ | پیامک: ۱۰۰۰۲۳۲۲۱ | پست الکترونیکی: info@watanemroz.ir  
 چاپ: موسسه چاپ‌مرکز بزرگ

**وطن امروز**

گفت‌وگوی «وطن امروز» با «آیت معروفی» مدیر محتوایی آژانس ادبی «دایره‌مینا»

**ماجرای کتاب، در دایره‌مینا**

**ارشاد باید محمل قانونی فعالیت آژانس‌های ادبی را فراهم کند**

داشته‌ایم؛ تجربه مشترک دیگری که ما ۳ نفر داشتیم، داشتن روابط بین‌الملل در حوزه کتاب بود. من و علی عربزاده در شرکتی کار می‌کردیم که نماینده منطقی‌های ناشران بزرگ آموزشی جهان بود. احمد ذوعلم هم تجربه حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی را داشت. برقراری ارتباط با ناشران بین‌المللی و بازیگران بزرگ این بازار جهانی هم برای ما جذاب و هم توأم با یادگیری بود. تصور ما این بود اگر بتوانیم در زمینه محتوای فارسی با یک برنامه مشخص وارد شویم حتماً می‌توانیم از ظرفیت عرضه این محتوا بخوبی استفاده کنیم. حتماً می‌داید که بازار محتوا نسبت به بازار کتاب، بزرگ‌تر است. ما در برنامه‌ریزی‌مان تصمیم گرفتیم کار را ابتدا از حوزه کتاب شروع کنیم و بعد به سایر حوزه‌های محتوایی ورود کنیم. چشم‌انداز ما به طور کلی بازار محتواست؛ موسیقی، فیلم، انیمیشن و هر گونه محتوایی که در داخل کشور تولید می‌شود. این پس‌زمینه از فعالیت و تجربه، هر سه ما را به سمت طراحی کسب‌وکاری در حوزه محتوا و در تعامل با بازیگران بین‌المللی برد.

■ چشم‌انداز دایره‌مینا برای چه مدتی تدوین شده و از چه زمانی علاوه بر بازار کتاب، در حوزه‌های دیگر فرهنگی هم ورود می‌کند؟

ما سعی کردیم از چگال‌ترین بخش از تجربه و تخصص خودمان که همان حوزه کتاب بود، آغاز کنیم تا اول به خودمان و بعد به مخاطبان و از آن مهم‌تر به سرمایه‌گذارها نشان دهیم توانایی انجام این کار را داریم. ما تجربه کار در زمینه‌های دیگر محتوایی را داشتیم اما به هر حال وقتی به بازار جدیدی

وارد شویم، در کنار مطالعات و شناختی که از آن بازار به دست می‌آوریم، از متخصصان آن حوزه بیشترین استفاده را می‌کنیم. ما یک برنامه ۱۸ ماهه داریم که در پایان آن باید چرخ کار در بازار کتاب را کامل کرده و قدم‌های اولیه برای کار در یک حوزه دیگر را برداشته باشیم.

■ یکی از کارکردهای آژانس بحث پیدا کردن بهترین ناشر برای اثر جدید یک نویسنده و البته جریان‌سازی رسانه‌ای و تبلیغاتی برای یک کتاب در زمان انتشار آن و به‌طور کلی مدیریت فرآیند پس از تولید یک اثر است؛ شما علاوه بر بازار خارج از کشور، چقدر به بازار داخلی کتاب توجه دارید؟

کار اصلی آژانس‌ها در همه کشورهای جهان این است که بین تولیدکننده محتوا و هر گونه

منتشرکننده قرار می‌گیرند. آژانس‌ها در دنیا علاوه بر اینکه برای شما ناشری به زبان اصلی تان پیدا می‌کنند، در زبان‌های خارجی هم برای اثر شما ناشر، اقتباس‌کننده، تهیه‌کننده سینمایی و... پیدا می‌کنند. در ایران به‌طور سنتی فضا به این شکل است که تولیدکننده محتوا با منتشرکننده آن به‌طور مستقیم در ارتباط است. اما اگر نظر من را بخواهید، به‌نظرم فضای کار آژانس‌ها در داخل نیز کم‌کم و با گسترده‌تر شدن بازار تولید محتوا و ارزشمندتر شدن این بازار، ایجاد می‌شود. کما اینکه ما در همین مدت کوتاه فعالیت‌مان، پیشنهادهایی از سوی برخی نویسندگان دریافت کردیم ولی بنا به ملاحظه‌هایی که فعلاً داریم، برای ورود به این حوزه باطمینان حرکت می‌کنیم. اما درباره تبلیغ و ترویج کتاب که فرمودید، برخی آژانس‌ها در دنیا فعالیت تبلیغاتی هم برای محتوا انجام می‌دهند؛ یعنی مثلاً نه تنها ناشر را برای آن تولیدکننده محتوا پیدا می‌کنند، بلکه حتی تور امضای کتاب، کمپین تبلیغات شهری، معرفی در یادکست‌های معروف همان حوزه و... را هم طراحی و مدیریت می‌کنند. این فعالیت‌ها هم در ایران چشمگیر نیست. در صورتی که تجربه کمپین‌های «کتاب و زندگی» و «تیزرهای کتابی که در چند سال اخیر ساخته شده، نشان می‌دهد این فعالیت‌ها به فروش کتاب کمک می‌کند و اعدادی را که برای ناشران تا قبل از این فعالیت‌ها تبلیغی دست‌نیافتنی بود، باورپذیر کرده‌است. آژانس «دایره‌مینا» همین الان هم برنامه‌ریزی برای تبلیغ کتاب را انجام می‌دهد ولی به دلیل تمرکز بر بازار

برخی آژانس‌ها در دنیا فعالیت تبلیغاتی هم برای محتوا انجام می‌دهند؛ یعنی مثلاً نه تنها ناشر را برای آن تولیدکننده محتوا پیدا می‌کنند، بلکه حتی تور امضای کتاب، کمپین تبلیغات شهری، معرفی در یادکست‌های معروف همان حوزه و... را هم طراحی و مدیریت می‌کنند. این فعالیت‌ها هم در ایران چشمگیر نیست

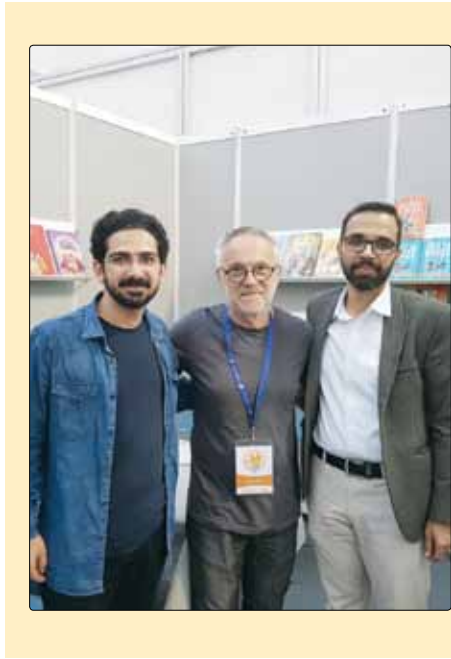
خارجی. این برنامه‌ریزی را تا حد زیادی مختص کتاب‌هایی کرده که یک طرف خارجی به عنوان ناشر، آن را خریده‌است.

■ در حال حاضر چند آژانس ادبی فعال در داخل کشور داریم؛ این سؤال را از این نظر می‌پرسیم که می‌خواهم بدانم این کار چقدر در ایران شناخته شده‌است؟

۴ آژانس؛ آژانس ادبی «کیبا»، «تماس»، «پل» و «دایره‌مینا» که ما هستیم. البته سابقه فعالیت آژانس‌ها در ایران حدود ۱۷ تا ۱۸ سال می‌شود، منتها تعدادی از این آژانس‌ها تعطیل شده‌اند؛ مثلاً آژانس ادبی غزال، آژانس ادبی حوا و... تعطیل شده‌اند. ■ دلیل این تعطیلی‌ها بیشتر به خاطر مشکلات مالی بوده یا اینکه چون هنوز فضای کار آنها در داخل کشور ناشناخته بوده، نتوانستند در این فضا دوام بیاورند؟ عوامل متعددی در این زمینه مؤثر بوده؛ از مسائل مالی گرفته

**احترام داوطلبانه به قانون کی‌رایت**

ما پیشنهادات متفاوتی به ناشران ایرانی می‌دهد، در مواردی داوطلبانه و رایگان محتوای خودش را در اختیار قرار می‌دهد، در بسیاری موارد هم با بهای خیلی کمی و در بعضی موارد نیز به صورت تبدالی در قبال گرفتن یک محتوا، محتوای مورد نیاز ناشر ایرانی را در اختیارش قرار می‌دهد. البته نکته دیگر این است که به‌طور کلی در فضای بازار نشر، ناشران در سراسر دنیا با هم تعامل دارند و با شرایطی که ایرانی‌ها دارند معمولاً کنار می‌آیند. برای مثال ما در نمایشگاه کتاب بلگراد که بودیم، از یکی از ناشران خارجی پرسیدم شما برای انتشار کتاب‌های‌تان در کشورهای اسلامی مشکلی هم داشته‌اید؟ او گفت: «بله! من وقتی یکی از کتاب‌هایم را به یکی از کشورهای اسلامی فروختم، به من گفتند باید تغییراتی در تصویرگری این کتاب انجام شود و من با آغوش باز پذیرفتم. خود تصویرگر، فریم‌هایی را که می‌خواست پوشش بجه‌ها در آنها تغییر کند تغییر داد و به ناشر عربی برای انتشار در آن کشور سپرد.» اینگونه تعامل‌ها به صورت معمول وجود دارد.



**نتایج جالب توجه تازه‌ترین نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی**

**رضایت از یوسف پیامبر (ع)؛ ۹۹ درصد**

برون‌مرزی، با ۲۳/۹ درصد مخاطب و ۹۹ درصد رضایت در صدر این سریال‌های تکراری در آبان‌ماه قرار گرفته است. بر اساس این نظرسنجی، ۳۷ درصد از مردم اصلاً با پخش سریال‌های تکراری موافق نیستند و در مقابل ۳۲ درصد از مردم در حد زیاد و ۳۱ درصد هم در حد کم از پخش سریال‌های تکراری رضایت دارند. این نظر سنجی همچنین در کنار سریال‌هایی که پایان یافته‌اند درباره ۶ قسمت ابتدایی سریال‌های «به رنگ خاک» شبکه یک و «حکایت‌های کمال» شبکه ۲ نظر مردم را جلب کرده است که بر اساس آن ۱۶/۷ درصد بیننده سریال «به رنگ خاک» شبکه یک بوده‌اند و ۷۹/۷ درصد از مخاطبان آن از این سریال در حد زیاد رضایت داشته‌اند. ۶ قسمت ابتدایی سریال تلویزیونی «حکایت‌های کمال» شبکه ۲

سینما نیز بر اساس این نظرسنجی ۱۱/۲ درصد بیننده پای خود نشانه‌است که ۷۹/۵ درصد آنها در حد زیاد از این سریال رضایت داشته‌اند. براساس نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی ۲۳/۶ درصد از مردم سریال‌های شبکه نمایش خانگی را دنبال می‌کنند و ۱۷/۶ درصد هم بیننده سریال‌های شبکه‌های ماهواره‌ای هستند.

تازه‌ترین نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی حاوی اطلاعات جالب توجهی در حوزه نظر مخاطبان تلویزیون نسبت به محصولات نمایشی آن است. به گزارش «وطن امروز»، بر اساس نظرسنجی مرکز تحقیقات رسانه ملی بیش از ۸۰ درصد مردم بیننده برنامه‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران، اعم از سریال، فیلم سینمایی، مسابقه، مستند، برنامه‌های سخنرانی، گفت‌وگو محور، ورزشی و اخبار هستند. بر این اساس ۶۸/۳ درصد از مردم بیننده مجموعه ۴۱ قسمتی «ستایش» بوده‌اند که ۷۹/۵ درصد از آنها در حد زیاد از این سریال رضایت داشته‌اند. همچنین از میان مخاطبان سریال ۸۶/۲ درصد این سریال را از نظر بازی هنر پیشه‌ها، ۸۳/۸ درصد از نظر تیزترها، ۷۸/۶ درصد از نظر آموزنده بودن، ۷۷/۷ درصد از نظر جذابیت و ۷۳/۲ درصد از نظر باورپذیر بودن شخصیت‌ها در حد زیاد موفق دانسته‌اند. بر اساس این نظرسنجی، ۲۱/۶ درصد از مردم بیننده سریال هفت قسمتی «گیلهوا» بوده‌اند که ۷۱/۶ درصد آنها از این سریال در حد زیاد رضایت داشته‌اند. سریال ۱۰ قسمتی «پناه آخر» شبکه یک با ۱۴/۲ درصد بیننده در رتبه سوم سریال‌های تلویزیونی که در ماه آبان پایان یافته‌اند قرار گرفته‌است که ۷۶/۵ درصد از مخاطبان در حد زیاد از این سریال رضایت داشته‌اند. در این نظرسنجی سریال‌های تکراری که از شبکه‌های مختلف سیمای پخش می‌شوند نیز مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند که در میان آنها سریال تلویزیونی «یوسف پیامبر (ع)» از شبکه آی‌فیلم



۸۳ درصد از مخاطبان رضایت دارند