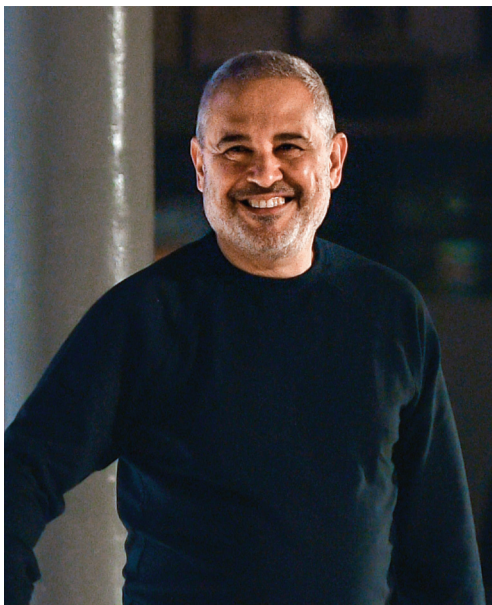


برقصی؟ چند می گیری

درباره حضور جنیفر لویز و هیئت همراه در شوی ریاض



محمدحسین سلطانی خبرنگار

چهارشنبه بیست و سوم آبان ماه حوالی ساعت ۱۰ شب کامیلا کابایو، سوپرستار کوبایی روی سن سالن پرزرق و برق هزار و یکمین فصل الی ساب، در ریاض می رود و آهنگ مشهورش یعنی «هاوانا» را می خواند. کابایو برای آنکه دل برگرارکنندگان رویداد را شاد کند، هر بار به جای واژه هاوانا می گوید سعودیا. هر بار که کابایو کلمه سعودی یا را تکرار می کند جمعیت هزار نفری سالن منفجر می شود. دوربین روی چهره خندان ترکی



بن عبدالمحسن آل شیخ، رئیس "gca" یا همان «اداره سرگرمی عمومی عربستان» می رود که با عینک دودی روی صندلی ردیف اول نشسته. پسر ۲۳ ساله خاندان آل شیخ که عموزادگانش در مساجد مکه و مدینه پایه های فقه وهابی را حفظ کردند، ریاض را تبدیل به شهر جشنواره ها کرده. عبدالمحسن از زمان گرفتن حکم ریاست اداره سرگرمی عمومی تاکنون اقدامات متعددی انجام داده، از برگزاری مسابقات قرآنی با جوایز میلیونی گرفته تا آوردن الی صعب و سلن دیون به عربستان و برگزاری رویداد مد در ریاض. این اقدامات گالری تلفن همراه مردم همیشه عینک دودی به چشم



عربستان را پر کرده است. از یونس شاهمرادی، قاری جوان ایرانی گرفته تا جنیفر لویز و کریستیانو رونالدو. آوردن افراد مشهور در عربستان دیگر موضوع جدیدی نیست اما اتفاقی که چهارشنبه افتاد، اتفاقی عجیب در تاریخ عربستان است. رویداد هزارویکمین فصل برند الی ساب با حضور مدل ها، بازیگران و خوانندگان مشهوری برگزار شد که تا چند سال قبل حتی آوردن اسمشان هم در عربستان کفر محسوب می شد. نام هایی چون سلن دیون، جنیفر لویز، الی هری، کامیلا کابایو، ناسی عجم و بلاتکالی از حاضران این برنامه بودند.

ماجرای چهارشنبه شب چه بود؟

اگر می خواهید بدانید چهارشنبه شب در ریاض چه گذشته باید به حدود یک سال قبل برگردیم. وقتی قرارداد ورزشگاه جدید الهلال نوشته و قرار شد در خیابان سعود بن فیصل کینگدام آرنا ساخته شود، درست کنار این ورزشگاه، بیل های مکانیکی در حال ساخت «قصر مد لوبانه» بودند. بن عبدالمحسن در سر داشت که با الی صعب، طرح مد لبنانی و صاحب برند مشهور الی ساب قراردادی ببندد و رویدادی را در حوزه مد و پوشاک به مناسبت ۲۵ ساله شدن این برند برگزار کند. وقتی این خبر آمد بسیاری از گمانه زنی ها می گفتند این رویداد قرار است ذیل RFW برگزار شود. RFW یا رویداد هفته مد ریاض، دو سالی می شود که توسط بن عبدالمحسن برگزار می شود، رویدادی که ذیل طرحی است که از سال ۲۰۱۹ اداره سرگرمی عمومی با عنوان فصل ریاض ترتیب داده. فصل ریاض از اکتبر تا مارس به طول می انجامد و در این بازه ریاض، پسر از رویداد های مختلف سرگرمی می شود.

فصل ریاض صرفاً یک برنامه محدود نیست و ذیل طرح بزرگ تری با عنوان فصل عربستان قرار می گیرد. یکی از دلایلی که بن سلمان تا این حد به سند چشم انداز ۲۰۳۰ خود می نازد و در تمام سخنرانی هایش به آن اشاره ای می کند، یکی از دلایلی همین طرح فصل عربستان در سند ۲۰۳۰ است. یکی از اهداف فصل عربستان در این چشم انداز تبدیل شدن سعودی به «پایتخت مد و پوشاک لوکس در جهان» است. با این حال، اواخر مهرماه هفته مد عربستان برگزار شد اما خبری از الی صعب و دوستان نبود. کاشف به عمل آمد او قرار است حدود یک ماه بعد به ریاض بیاید و سوپرستارهایی را به همراه خود بیاورد. بن عبدالمحسن برای این برنامه همه آمادگی های لازم را انجام داده بود. MBC پوشش مراسم را برعهده گرفت، مجله مد «وگ» و بخصوص بخش عربی این مجله هم برای پوشش مراسم بسیج شدند و کاربن رؤیتفقد، از مؤسسان مجله مد CR به عنوان طراح مراسم انتخاب شد. برنامه قرار بود در دو بخش انجام شود. اول حضور ستارگان روی فرش

قرمز، دوم کت واک و رونمایی از مد های جدید و البته اجرای زنده خوانندگان روی سن. در آغاز مراسم هالی بری با لباسی که در سال ۲۰۰۲ الی صعب برایش طراحی کرده بود روی سن رفت و از خوش یمن بودن لباسش در مراسم اسکار ۲۰۰۲ و دریافت اسکار بهترین بازیگر نقش اول زن، به عنوان اولین آفریقایی – آمریکایی، گفت. برای برند الی صعب لبنانی این لباس در ورود به جهان سلبریتی ها بود. نفوذ صعب لبنانی به قدری در هالیوود بالا رفت که قدم زندگان روی هر فرش قرمزی در غرب، نام و نشانی از برند الی صعب دارند. بالاخره هشت شب، بیست و سوم آبان فرا رسید. الی صعب همراه با مدل ها روی فرش قرمز آمدند. در همان ابتدای مراسم خبرنگاران شوکه شدند، به خصوص خبرنگاران عربستانی. این شوکه شدن اول به خاطر تعداد بازیگران، مدل ها و خوانندگانی بود که در این برنامه حاضر شدند و بعد هم به خاطر پوشش ها. مخاطبانی که هفته مد ریاض را در ذهن داشتند، فکر می کردند قرار است رویدادی با همان

حال و هوا برگزار شود. نگاه پشت رویداد مد ریاض این بود که ترکیبی بین هنر مدرن و پوشش عربی – اسلامی ایجاد و از صنایع و هنر بادی به نشینی در آن استفاده شود و مشهورترین چهره ای که در این رویداد حضور داشت حلیمه عدن مسلمان بود اما آنچه از ۸ تا حوالی ۱۲ شب به نمایش گذاشته شد، هر چیزی داشت به جز فرهنگ عربی. پوشش ها و لباس های طراحی شده و حتی دکور و طراحی صحنه هیچ ربطی به کشور محل برگزاری نداشت. تنها نکته عربی حاضر در این جشن، خواندن ناسی عجم در این مراسم بود که صدای او هم در میان خوانندگان اروپایی و آمریکایی گم شد. سعودی ها در این مراسم حدود ۳۰۰ لباس را معرفی و تمام مدل های مشهور نشریات فرانسوی، انگلیسی و آمریکایی را دور هم جمع کردند. صف طولانی سوپرستارهای زن در رویداد الی ساب به قدری طولانی بود که عملاً بازیگرانی چون مونیکا بلوچی تنها فرصت راه رفتن روی فرش قرمز را پیدا کردند و اثری از آن ها روی سن مراسم نبود.

آوردن هالیوودی ها برای مصرف داخلی؟

بررسی ها نشان داده دلایل مختلفی عربستان را به برگزاری رویداد هایی اینچنینی در حوزه مد سوق داده است. عربستان بزرگ ترین بازار مصرف کننده منطقه را دارد و براساس پیش بینی های FATIONFUTURES تنها بازار خرده فروشی ها در سعودی به حدود ۳۲ میلیارد دلار می رسد. بوواک چاکساک، ترکیه ای که مدیرعامل کمپسیون مد عربستان سعودی است مهم ترین عامل حضور سعودی ها در این صنعت را «جاه طلبی های نظام پادشاهی» می داند. چاکساک می گوید براساس آمار، صنعت مد تنها ۱،۴ دهم از تولید ناخالص داخلی عربستان را شامل می شود. اگر اطلاعات چاکساک را درست بدانیم، یک سؤال مهم ایجاد می شود؛ سعودی ها در شرایطی که منطقه دچار مشکلات مهم است دقیقاً با چه استدلالی وارد صنعت کالاهای لوکس شده اند؟ در پاسخ به این سؤال، نویسندگان

مجله های آمریکایی دو جواب دارند؛ اولین گروه، خود مردم عربستان را خریداران این کالاهای لوکس می دانند. این استدلال چندان هم بیره نیست چون حدود ۵۰ درصد از جمعیت عربستان زیر ۲۵ سال سن دارند. از طرفی دیگر واردات مد و پوشاک در عربستان که ۹،۷ میلیارد دلار بوده، ۱۳ درصد افزایش پیدا کرده است. این داده ها و لباس هایی که در جشنواره های مد اخیر عربستان نمایش داده شده، این راه می گویند که عربستان می خواهد کم کم از دشداشه و عبایه فاصله بگیرد و به سراغ لباس شب های ساتن مانتل اروپایی ها و آمریکایی ها برود. البته این تنها یک استدلال است. استدلال دیگر انگشت ها را به طرف چینی ها می گیرد. سعودی ها قصد دارند تا افق ۲۰۳۰ نزدیک به ۲ میلیون گردشگر ثروتمند چینی جذب کنند تا از طریق آن ها بتوانند بازار اشتغال صنایع لوکس را در عربستان داغ کنند.

زرق و برق در عربستان، بمب و انفجار در لبنان

به هر ترتیب مراسم الی صعب و برندش هم تمام شد اما در میانه خدا حافظی ها یکی از خبرنگاران صعب را پیدا کرد و از او سؤالی پرسید. سؤالی که شاید با شنیدن ملیت لبنانی این طراح مد، به ذهن مخاطبان این متن هم آمده باشد. خبرنگار THENATIONALNEWS از صعب پرسید با تمام اتفاقاتی که در منطقه در حال رخ دادن است حبس و حائشان از برگزار کردن این رویداد چیست؟ صعب که دست به سینه روبه روی خبرنگار ایستاده بود پاسخی داد که شاید عجیب و غریب به نظر برسد، صعب می گوید: «ما در قلمبان برای لبنان دردی احساس می کنیم. می خواستم رویداد را عقب بیندازم ولی متأسفانه نشد. من در طول زندگی ام از این اتفاقات زیاد افتاده، وقتی اولین رویداد برند ما برگزار کردم، سال ۱۹۸۲ بود و اسرائیل به لبنان حمله کرده بود!»

اینکه آیا واقعاً صعب می خواسته رویداد را عقب بیندازد یا نه را نمی شود راستی آزمایی کرد اما آنچه در رویداد اتفاق افتاد مشخصاً رنگ و بویی از ناراحتی نداشت. حدود چند ساعت پس از آنکه الی صعب و ناسی عجم، روی سن فصل ریاض حاضر شدند، اسرائیل ۱۲ منطقه از کشور صعب و عجم را هدف حمله قرار داد. با این حال سعودی ها رویداد مد دیگری را در یکم آذرماه امسال با همراهی برند "DIOR" برگزار می کنند و به نظر می رسد با آمدن این برند به عربستان پای اسم های عجیب تری هم به عربستان باز شود.

نگاهی به راهی که در حوزه نشر الکترونیکی کتاب طی کرده ایم

دولت غایب نشر الکترونیکی کتاب

علی محمدپور دبیرمجمع ناشران دیجیتال

از ورود کتاب الکترونیکی به زندگی مردم ایران بیش از دو دهه می گذرد. اوایل دهه ۸۰ فایل کتاب ها به صورت تصویر و pdf با ابزارهایی چون cd و dvd دست به دست می شدند. با ظهور اینترنت سایت هایی به صورت خود جوش شروع به ارائه کتاب ها به صورت دانلودی کردند. مؤسساتی چون نور شروع به ایجاد مرجع های محتوایی در علوم اسلامی کردند و هزاران کتاب مذهبی را الکترونیکی کرده و در قالب نرم افزار های قابل جست و جو به مخاطبان ارائه دادند که تحلی در حوزه پژوهش و دسترسی ارزان قیمت به کتاب بود.

در بیرون از ایران آمزون تحولی در شیوه ارائه کتاب به صورت الکترونیکی ایجاد کرد. به این ترتیب پلتفرم های ارائه کتاب الکترونیکی ظهور پیدا کردند. مدتی بعد در ایران هم با الگوبری از تحولات جهانی اولین پلتفرم ها ظهور کردند. «فیدیبو» اولین اتفاق جدی در این حوزه بود که مدتی قبل جشن ۱۰ سالگی خود را گرفت. با فاصله کمی «طاقچه»، «کتابراه» و پلتفرم های مختلف دیگر هم وارد رقابت شدند و سعی کردند بازار کتاب دیجیتال کشورمان را شکل بدهند.

این پلتفرم ها چالش زیادی داشتند. باید هم با عدم اعتماد ناشران دست و پنجه نرم می کردند و اعتماد بازیگران سنتی را جلب می کردند و هم باید فرهنگ مصرف مردم را از مصرف کتاب های رایگان و غیرقانونی به سمت خرید قانونی کتاب سوق می دادند. مصرف کتاب های رایگان غیرقانونی چالشی بود که در بیرون از ایران کمتر بود. در بیشتر کشورها قانون از مالکیت فکری آثار ادبی و هنری به خوبی دفاع می کند و ناقضان حقوق مؤلفان و مترجمان را مجازات می کند اما در کشور ما این بخش قانونی قدرت لازم را برای جلوگیری از فعالیت های غیرقانونی ندارد. در نتیجه شکل گیری بازار کتاب الکترونیکی با چالش های بزرگی همراه است.

بنا به آمار مرجع آمار ایستاتستیا حدود ۱۱،۵ میلیون ایرانی مصرف کننده کتاب

الکترونیکی که بیش از ۷۰ درصد آن ها از مجاری غیرقانونی و غیررسمی این کار را می کنند که سد بزرگی در مسیر توسعه بازار کتاب الکترونیکی در کشورمان است.

یکی از دلایل شکل گیری بازار رسمی و عدم رشد همسوی بازار کتاب الکترونیکی با استانداردهای جهانی عدم ورود دولت به این حوزه است. در ده سال گذشته که ادبیات حرفه ای نشر الکترونیکی کتاب شکل گرفته است و کتاب ها به صورت صوتی و ایپاب عرضه می شود دولت نگاه مثبتی به این حوزه نداشته است و با اینکه روند تحولات را به این سو می دانسته است اما قدمی در این حوزه برنداشته است. از عدم رسمیت دادن به کتاب الکترونیکی (ثبت اعلام وصول برای کتاب های الکترونیکی) تا عدم حضور این پلتفرم ها در نمایشگاه کتاب تهران، تا عدم تخصیص حمایت های ملی در حوزه کتاب به این شکل از کتاب، تا عدم وجود قوانین پوشش دهنده این حوزه همگی نشان داده است که دولت در این حوزه دیدگاهی نداشته و برنامه ای هم اجرا نکرده است. دولت نه برای تسهیل گری در توسعه کتاب های الکترونیکی برنامه ای داشته است و نه در جهت فرهنگ سازی مناسب مصرف قانونی کتاب الکترونیکی قدمی برداشته است و صد البته قدمی برای مقابله با بازار غیررسمی و زیرزمینی و تخلفات در این حوزه هم برنداشته است که نتیجه آن شکل گیری بازار بی بزرگی ۷۰ درصد به صورت غیررسمی است. در نظر داشته باشید که بازار غیررسمی عمدتاً در پلتفرم های غیررسمی شکل می گیرد. از دو دهه قبل این بازار های غیررسمی وجود داشتند که عمدتاً با سی دی و سایت های غیرقانونی فعالیت می کردند که هم اکنون بیشتر در کانال های تلگرامی (کتاب های الکترونیکی و صوتی) و پلتفرم های خارجی مثل کست باکس (کتاب های صوتی) متمرکز است.

بنا به اطلاعاتی که از بازار رسمی مصرف کتاب الکترونیکی داریم از نظر ریالی ۵ درصد و از نظر مصرف ۱۰ تا ۱۲ درصد از مصرف کتاب به صورت الکترونیکی انجام می شود کتاب های الکترونیکی ۵۰ تا ۷۰ درصد از کتاب های چاپی ارزان ترند.

چنانچه بازار غیرقانونی را هم محاسبه کنیم حدود ۲۰ درصد کتاب خوانی ایرانیان را دانلود غیرقانونی کتاب تشکیل می دهد. در کنار ۱۰ درصد قانونی و ۷۰ درصد به صورت کتاب چاپی.

حقوق مؤلفان و مترجمان

با اینکه پلتفرم های قانونی حقوق ناشر را بین ۵۰ تا ۷۰ درصد از قیمت فروش اثر می دهند اما در این میان حقوق مؤلفان و مترجمان شفاف نیست. بیشتر قراردادهای ناشران با صاحبان آثار قدیمی است و در آن ها صورت های دیگر کتاب غیر از کتاب چاپی دیده نشده و از آنجا که هنوز بازار کتاب الکترونیکی اندازه کوچکی دارد چالش های اندکی را ایجاد کرده است. اما در دو سال گذشته این چالش با پرزینه تر شدن تولید کتاب بیشتر نشان داده که حقوق مؤلف در حوزه الکترونیکی باید به صورت شفاف بیان شود. از نکات دیگر در این حوزه امکان انتشار به صورت ناشر مؤلف است که در تمام دنیا وجود دارد اما در کشور ما با اینکه قبلاً ممکن بود اما الان در دسترس نیست و به مؤلف اجازه داده نمی شود اثرش را که مستقلاً خود مجوز گرفته به صورت الکترونیکی منتشر کند.

سرمایه گذاری

بازارهای فناورانه بدون سرمایه گذاری مناسب رشد نمی کنند. سرمایه ها وارد بازاری می شوند که امنیت کافی را داشته باشد و شفاف باشد. در نتیجه در حوزه کتاب دیجیتال و فناوری های مرتبط با کتاب به خاطر کمزنگ بودن زیرساخت های حقوقی و قانونی ورود سرمایه گذار ها هم کمزنگ است. در نتیجه این بازار در شکل قانونی اش به کند می رشد می کند. در نظر بگیریم که اگر در ایران ۵ درصد بازار را کتاب های الکترونیکی تشکیل داده اند این عدد در آمریکا ۳۵ و در روسیه ۲۵ درصد است.

اینکه ضریب نفوذ تلفن همراه در کشور ما بالاتر از استانداردهای جهانی است و عدم استفاده مردم از کتاب های الکترونیکی و صوتی پایین است یعنی

در این حوزه اطلاع رسانی لازم هم توسط نهاد های متولی انجام نشده است. حمایت در قالب وام های کم بهره، معافیت های مدت دار مالیاتی، حضور مؤثر در نمایشگاه کتاب تهران، تصویب قوانین شفاف، تعمیم حقوق کتاب های چاپی به حوزه الکترونیکی و مقابله با فعالیت های غیرقانونی در حوزه کتاب الکترونیکی می تواند این بازار را برای سرمایه گذاران جذاب کند.

فرصتی که باید غنیمت شمرد

پلتفرم های کتاب الکترونیکی فرصتی را ایجاد کرده اند که می تواند دریچه ای جدید به روی کتاب خوانی ایجاد کند.

۱ – شبکه توزیع کتاب در کشور ما محدود است و در بیشتر شهر های کتابفروشی وجود ندارد. از سوی دیگر همه مردم ابزار های الکترونیکی را در اختیار دارند. می توان از این مسیر بیشتر مردم را کتابخوان تر کرد. حتی با تجهیز کتابخانه های کشور به کتاب الکترونیکی و ایجاد دسترسی روی پلتفرم ها.

۲ – ده ها میلیون فارسی زبان در دنیا حضور دارند که با این پلتفرم ها می توانند به کتاب های فارسی دسترسی داشته باشند. چه ایرانیان چه مردم افغانستان و تاجیکستان و ... که هنوز ابزار پلتفرم های ما به درگاه ها بانکی این کشورها متصل نیستند تا بتوانند دسترسی آن ها به کتاب های ایرانی را ایجاد کنند.

۳ – عدالت محتوایی مقوله ای است که هنوز در کشور ما محقق نشده است. کسی که از مرکز دورتر است و قدرت مالی کمتری دارد به بیشتر منابع محتوایی و علمی دسترسی ندارد. نشر الکترونیکی این امکان را ایجاد می کند.

۴ – کتاب خوانی از دوران کودکی و شروع خواندن باید بخشی از برنامه دانش آموزان ما باشد که متأسفانه قسه های کتابخانه مدارس خالی از کتاب است و برنامه ای برای کتاب خوانی دانش آموزان وجود ندارد. دانش آموزانی که کتاب نخوانند در آینده مشتری کتاب هم نخواهند بود. تجهیز الکترونیکی مدارس کشور به کتاب فرصتی است که فقط با کتاب خوان های الکترونیکی می توان محقق کرد مثل طرح Worldreader که در بسیاری از کشورها موفق و مؤثر بوده است.

